

아름다운재단 기부문화연구소 기획연구 시리즈 2

부유층 기부문화 활성화를 위한 연구결과 발표 세미나



아름다운재단
The Beautiful Foundation

TS Yoon

아름다운재단 기부문화연구소 기획연구 시리즈 2

부유층 기부문화 활성화를 위한 연구결과 발표 세미나



일시 | 2009년 4월 30일 목요일

장소 | 대한서울상공회의소 의원회의실

주최 | 아름다운재단

주관 | 아름다운재단 기부문화연구소



01 주제발표 부유층 기부문화 활성화를 위한 연구 결과 발표	07
강철희 (연세대학교 사회복지학과 학과장 겸 교수)	
이민영 (한국디지털대학교 사회복지학과 교수)	
02 종합토론 좌 장 한동우 (강남대학교 사회복지대학원 교수)	119
패 널 김정철 (하나은행 Wealth Manager 팀장)	
서영일 (사회복지공동모금회 자원개발팀 팀장)	
엄상익 (변호사, 아름다운가게 1호점 씨앗기금 기부자)	
이무석 (영남대학교 발전협력팀장, 전국대학발전기금협의회 회장)	
이종우 (온수산업단지관리공단 이사장, 영남대학교 발전기금 기부자)	
최영우 ((주)도움과 나눔 대표)	





01

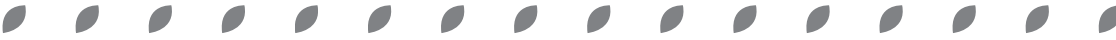
주제발표

부유층 기부문화 활성화를 위한 연구

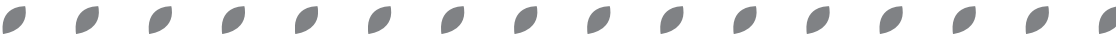
강철희 | 연세대학교 사회복지학과 교수

이민영 | 한국디지털대학교 사회복지학과 교수





부유층 기부문화
활성화를 위한 연구



강철희 | 연세대학교 사회복지학과 교수

이민영 | 한국디지털대학교 사회복지학과 교수

C O N T E N T S

제1장	서론	15
	1. 연구목적	17
	2. 연구 내용 및 방법	19
	1) 연구의 내용	19
	2) 연구의 방법	20
제2장	부유층의 기부 관련 선행연구 고찰	25
	1. 해외 부유층 기부 현황 분석	27
	1) 미국	27
	2) 영국	36
	3) 호주	38
	4) 유럽	41
	2. 부유층의 기부행동에 대한 이론적 논의	42
3. 부유층 기부 촉진전략에 관한 선행연구 재정리	46	
제3장	부유층 기부 인식 및 행동에 대한 서베이 분석	51
	1. 기술분석 결과	53
	1) 조사응답자의 인구사회학적 특성과 자산 및 소득 특성	53
	2) 부유층의 삶과 사회에 대한 인식 및 태도	56
	3) 부유층의 기부에 대한 인식 및 동정적 태도	60
	4) 부유층의 기부 행동	63
	5) 부유층의 향후 기부계획 및 기부 관련 욕구	69
	2. PLS 분석 결과	73
	1) 분석모형의 구성	72
	2) 분석결과	72
	3) 모형검증 결과와 관련된 논의	74
제4장	부유층 기부경험에 대한 질적 분석	77
	1. 부유층은 누구인가?	79
	1) 부유층의 기준	79
	2) 부유층의 유형	80
	3) 부유층의 특성	82



제4장

2. 부유층은 어떻게 기부자가 되는가?	84
1) 나는 산타클로스가 아니다	84
2) 누구도 떠날 때 가지고 떠날 수 없다	85
3) 돈 잘쓰는 법을 보여주자	86
3. 부유층의 기부 동기와 장애는 무엇인가?	87
1) 부유층의 기부 동기	87
2) 부유층의 기부 장애	89
4. 부유층의 기부 행동은 어떠한가?	92
1) 부유층의 기부행동 특성	92
2) 부유층의 기부행동 유형	95
5. 부유층 기부 활성화를 위한 조언	98

제5장

부유층 기부 활성화 전략	101
1. 정부	103
2. 미디어	104
3. 비영리부문	107
4. 전문 어드바이저	113

참고문헌

참고문헌 115

표목차

[표 1] 부유층의 기부에 영향을 주는 요인	49
[표 2] 조사응답자의 인구사회학적 특징	53
[표 3] 조사응답자들의 연간 개인소득	55
[표 4] 조사응답자의 행복도	56
[표 5] 조사응답자의 경제적 안정도	56
[표 6] 부유층의 복지 인식	58
[표 7] 조사응답자의 사회 신뢰도	59
[표 8] 조사응답자의 부유층 자산 기준	60
[표 9] 조사응답자의 동정심	61
[표 10] 조사응답자의 사회적 책임의식	62
[표 11] 조사응답자가 인식하는 바람직한 기부모델	63
[표 12] 조사응답자의 순수 자선적 기부의 규모	64
[표 13] 조사응답자의 종교기부규모	65
[표 14] 조사응답자의 기부만족도	68
[표 15] 조사응답자의 향후 유산기부 비중 예상	70
[표 16] 조사응답자의 희망 기부서비스	71
[표 17] 조사응답자의 세계개선안에 대한 인식	72

그림목차

[그림 1] 조사응답자들의 자산정도	54
[그림 2] 조사응답자들의 자산 구성	55
[그림 3] 부의 원천	55
[그림 4] 조사응답자의 성공의 의미	56
[그림 5] 조사응답자의 생활 만족도	57
[그림 6] 조사응답자의 기부문화 인식	59
[그림 7] 조사응답자의 기부 의미	60
[그림 8] 조사응답자의 지난 3년 이내의 기부경험	63
[그림 9] 조사응답자의 기부처	64
[그림 10] 조사응답자의 기부방식	66
[그림 11] 조사응답자의 기부수단	66
[그림 12] 조사응답자의 기부동기	67
[그림 13] 조사응답자의 기부장애	67
[그림 14] 조사응답자의 지난 3년간의 자원봉사 경험	68
[그림 15] 조사응답자의 향후 기부 의향	69
[그림 16] 조사응답자의 향후 유산기부 의향	69
[그림 17] 조사응답자의 기부자문 경험	70
[그림 18] 조사응답자의 희망 기부자문가	71
[그림 19] PLS: Wealthy Donors	76
[그림 20] Path coefficients & t-value	76

제1장

서론

1. 연구목적

2. 연구내용 및 방법

제1장 | 서론

○● 1 | 연구목적

- 자본주의 사회를 유지 발전시키는데 있어 사회구성원 모두의 참여와 적극적 관여는 필수불가결의 요소임.
- 모든 구성원의 참여와 관여가 중요하긴 하나, 일부 구성원의 참여는 더 큰 파급효과를 창출해 내는데 기여할 수 있음. Schervish (2000)에 따르면, 미국의 경우 12만5천불 이하 가구소득을 갖는 가구의 95%가 소득의 1.5-2% 정도를 자선적으로 기부하고, 1백만불 이상의 가구소득을 갖는 경우에는 소득의 5% 정도를 기부하는 것으로 나타나고, 소득분위에서 상위 1%가 전체 기부규모의 20% 정도를 차지하고 있다고 보고하고 있음. 그는 2003년의 연구에서는 미국에서 상위 부유층 0.2%가 자선규모 전체의 13%를 차지하고, 상위 1%는 23%를 차지하고, 상위 5%는 45%를 차지하는 상황이고, 소득세를 내는 상위 5%는 소득세의 55%를 차지하고, 상위 1%는 35%를 차지하는 상황임을 보고하면서 부유층의 사회적 역할의 중요성을 부각시키고 있음. 더 나아가서 자녀 등에 대한 재산 상속이 지속될 것을 전망하면서 현재도 그렇고 가까운 미래에도 부유층의 기부 규모는 지속적으로 증가할 것으로 예상하고 있음.
- 이러한 경향성과 관련해서 우리는 우리나라의 상황에 대해 질문을 하지 않을 수 없음. 우리나라에서 이러한 경향성의 발현 가능성을 다각적으로 살펴볼 필요성이 있음. 본 연구진의 일차적 견해는 우리나라도 이러한 경향성의 발현을 목전에 두고 있다는 것임.
- 그렇다면, 우리에게서 부유층의 기부행동에 대한 정확하고 다각적인 이해를 제고시켜야 할 과제를 갖고 있음. Schervish (2000)는 부유층의 기부행동과 관련해서 두 가지 시각이 존재할 수 있다고 설명하고 있음. 하나는 꾸짖는 모형, 즉 the scolding model로서 여기서는 부유층에게 당신은 충분히 사회적으로 필요한 문제에 대해서 당신이 해야 기부해야 할 시점에 정당하게 기부하지 않는다는 것을 말하는 것임. 다른 하나는 의향을 촉진시키는 모형, 즉 the inclination model로서 여기서는 부유층의 관여와 헌신을 위해서 네 가지 질문을 던지는 방식이라고 설명함. 이는 첫째 당신의 부를 통해 하고자 하는 무언가가 존재하는지, 둘째 타인의 문제를 해결하는데 기여할 수 있는 그 어떤 일에 동참해 보고자 하는지, 셋째 정부보다도 더 효과적이고 효율적으로 타인의 문제를 해결할 수 있다는 사실에 기반해서 무엇인가 새로운 시도를 하는 것에 관심을 갖고자 하는지, 넷째 타인의 문제를 해결함을 통해서 자기만족과 자아실현을 이룰 수 있는데 그 길에 동참해 보고자 하는지를 묻는 방식의 접근임. Schervish (2000)의 모형에 기반할 때, 우리는 우리 상황에 대한 질문을 던질 수 있음. 우리나라에서는 부유층에게 기부행동과 관련해서 과연 꾸짖는 모형을 사용하고 있는지 혹은 의향을 촉진시키는 모형을 사용하고 있는지를 숙고하면서 이와 관련된 과제를 진지하게 생각할 필요가 있음.

- 우리의 현실을 바라볼 때, 우리나라에서는 부유층에 대한 적대적 감정을 다소 지니면서 꾸짖는 모형에 기대 부유층과의 거리를 넓혀오는 접근을 실행해 왔던 것으로 여겨짐. 과연 이러한 접근이 우리나라 구성원의 결속과 사회발전을 위해서 어떠한 효과를 가져왔는지를 생각해 보면, 새로운 접근으로의 전향이 곧 필요할 수 있음을 쉽게 인식할 수 있음.
- 본 연구는 여러 가지 이유에서 보다 발전적 시각으로 우리가 부유층에 대해서 지지적인 접근을 행할 필요성이 크다는 사실을 상기시키면서, 부유층이 기부에 대해서 인식하는 바를 실증적인 연구를 통해서 정리해 보고자 함. 이와 아울러서 부유층 중 잠재적인 측면에서 모범적 기부자로서 성장 가능한 이들을 대상으로 해서 질적 인터뷰를 수행하여 보다 심층적으로 부유층의 기부행동에 대한 이해를 심화하고 확장 및 제고해 보고자 함.
- 본 연구가 가장 관심을 갖는 바는 기부와 관련된 부유층의 다양한 상황임. 부유층은 하나로 통칭되어지긴 하나 매우 다양한 기준에 의해서 다양하게 나뉠 수 있는 집단이기에 하나의 색깔로 칠하는 것이 가능하지 않음. 그러나 일반화의 논리에서 그들이 기부에 대해서 갖는 견해들을 정리하면서, 어떠한 상황에서 기부를 긍정적으로 수용 및 시작하게 되고 어떠한 상황에서 기부를 부정적으로 바라보게 되는지를 정리해 보고자 함. 즉 기부와 관련된 맥락과 동기 및 장애요인들에 대한 파악을 시도해 보고자 함.
- 이와 더불어 우리나라 부유층이 기부를 실천하게 되면서 갖는 다양한 지향성들에 대해서도 이해를 확장시켜 부유층 기부를 활성화시키기 위한 전략 마련의 토대로 삼아보고자 함.
- 마지막으로 이들 부유층을 지원하는 전문 어드바이저(자산관리자, 재정전문가 등)들의 시각을 담아서 우리가 어떤 노력을 더 적극적으로 경진해 낼 때 부유층의 기부참여와 노력이 제고 될 수 있는지를 고민해 보고자 함.
- 우리나라 부유층 중 많은 이들이 진정한 부자가 된 느낌을 가질 수 있게 하는 방법의 하나가 바로 사회를 위해 관여하고 투자하는 것이라는 인식이 수용되게 하고, 부유층의 이러한 노력이 사회적으로 보다 긍정적인 인정과 평가를 받으면서 더 나은 미래를 희망하며 기부를 통해 사회를 이끌 수 있는 부유층의 역할이 우리나라에서도 작동될 수 있게 하기 위한 우리 모두의 적극적 노력이 필요함.
- 이 연구는 바로 그러한 노력을 위한 작은 시작으로서 그러한 결실을 위한 밑알이 되길 바랍.

○● 2 | 연구방법

1) 연구의 내용

>> 선행연구 고찰을 통한 부유층 기부에 대한 기본적인 이해 제고

- 본 연구에서는 미국과 영국, 호주의 부유층 기부 현황을 살펴봄으로써, 선진 기부문화 속에서 부유층 기부가 어떠한 위치에 있는가에 대한 통찰을 얻고자 하며, 향후 우리나라 부유층 기부에 대한 방향성 설정의 실마리를 찾고자 함.
- 또한 최근 선행연구들을 통해 나타나는 부유층 기부자의 특징, 기부의 동기 및 장애요인 등에 대해 살펴봄으로써 부유층 기부에 대한 기본적인 이해의 틀/framework를 구축하고자 하며, 기존 연구들에서 제시된 부유층 기부 촉진을 위한 전략들을 봄으로써 우리나라 부유층 기부 활성화 전략을 위한 함의를 찾고자 함.

>> 우리나라 부유층의 사회 및 기부에 대한 인식 분석

- 우선 본 연구에서는 부유층의 일반적 특성과 삶과 사회에 대한 인식을 분석하고자 하였음. 이를 위해 우리나라 부유층의 인구사회학적 특징, 부유층의 성공관, 행복도와 생활만족도, 부유층의 경제적 상황, 부유층의 복지인식 등을 조사하였고, 이러한 개인의 배경적 요인들이 부유층 기부에 어떠한 영향을 미치는지 보고자 하였음.
- 본 연구에서는 부유층의 기부에 대한 인식 및 태도를 분석하고자 함. 이를 위해 부유층이 생각하는 기부의 의미, 부유층의 사회적 책임의식, 부유층 기부를 둘러싼 환경 인식, 부유층이 인식하는 바람직한 기부모델에 대해 조사함.
- 우리나라 부유층의 사회 및 기부에 대한 인식 분석의 결과는 본 연구의 전략 개발의 기초자료로서, 또한 부유층 기부에 대해 관심을 갖고 있는 다양한 영역의 주체들에게 부유층 기부자 발굴을 위한 기초자료가 될 것으로 기대됨.

>> 우리나라 부유층의 기부행동 분석

- 본 연구에서는 우리나라 부유층의 기부행동을 파악하고 자함. 이를 위해, 우리나라 부유층들의 기부 참여 정도와 기부규모가 어떠한지, 어느 영역에 기부하는지, 기부에 대한 만족도, 향후 기부에 대한 계획 및 희망하는 기부서비스에 대해 조사함.
- 이와 더불어 부유층의 기부에 영향을 주는 동기요인이 무엇이었는지 그리고 기부를 방해하는 장애요인들은 무엇이었는지에 대해 개인 및 가족요인, 모금단체 요인, 사회환경 요인 등을 위주로 집중적으로 탐색함.
- 마지막으로 본 연구에서는 향후 부유층 기부에 영향을 줄 수 있는 기부자문 및 세계개선안에 대한 부유층들의 경험과 시각을 알아봄.

- 이러한 연구의 결과들은 그동안 분명하게 드러나지 않았던 우리나라 부유층들의 기부행동을 실증적으로 분석함으로써, 부유층 기부자 개발에 유용하게 활용할 수 있을 것임.

》 우리나라 부유층의 기부 활성화 전략 제안

- 본 연구에서는 위의 연구 결과들을 바탕으로 우리나라에서 부유층의 기부를 이끌어낼 수 있는 전략들을 제안하고자 함. 본 연구에서는 한국 부유층들의 특성과 이들을 둘러싼 사회문화적 여건을 반영하면서 부유층의 기부 활성화에 중요한 역할을 할 수 있을 것으로 기대되는 정부, 미디어, 비영리부문, 전문 어드바이저 별로 부유층 기부 촉진의 전략을 제시함. 이를 통해 부유층 기부에 대한 다각적이고 체계적인 활성화 지원 시스템이 마련되고, 나아가 우리나라 부유층 기부문화가 활성화될 수 있기를 기대함.

2) 연구의 방법

》 부유층 기부와 관련된 선행연구 고찰

- 본 연구를 위한 문헌고찰은 크게 세 차원으로 실시하였음. 첫째 해외 부유층들의 기부 현황을 조사한 기존 연구들을 살펴봄으로써, 우리나라 부유층 기부의 현주소를 가늠해 보고 향후 우리나라 부유층 기부문화의 성장 방향을 탐색해보고자 함.
- 둘째 부유층 기부와 관련된 선행연구들의 고찰을 통해 부유층 기부자들의 특성, 기부에 대한 인식과 태도, 부유층 기부의 동기/결정요인과 장애요인 등에 대해 살펴보고자 함. 이로써 우리나라 부유층 기부자들에 대한 이해 및 연구 설계의 준거 틀로서 활용하고자 함.
- 마지막으로 부유층들의 효과적인 기부 활성화 전략 관련 문헌들을 검토함으로써, 우리나라 부유층의 기부 촉진을 위한 핵심 전략 구상의 기초 자료로 활용하고자 함.

》 부유층 대상 기부 서베이

- 본 연구에서는 부유층의 부와 사회에 대한 인식, 기부행동 및 기부에 대한 인식, 기부의 동기 및 장애요인, 향후 기부계획 등을 조사하고자 부유층을 대상으로 서베이를 진행하였음.
- 조사내용은 주로 부유층 기부조사를 실시해온 영미권의 선행 조사연구들의 기부 관련 요인들을 기초로 설문지를 개발해 사용함.
- 부유층 대상 기부 서베이를 통해 우리나라 부유층의 전반적인 기부행동 및 인식의 현황에 대해 개괄적으로 살펴보고 부유층 기부자 개발을 위한 전략적 기초를 마련하고자 함.
- 본 연구의 표본은 재단 및 모금단체, 은행이라는 공식조직을 통해 확보되었으며, 그 구성은 1개 시중은행의 자산관리서비스(WM) 대상 부유층 고객과 국내의 주요 재단 및 모금단체, 대학의 고액기부자들로 구성되며, 총 표본 수는 68명이었음.

>> 양적분석방법

- 본 연구에서는 부유층을 대상으로 한 서베이 자료에 대한 분석과 관련하여 부유층의 기부행동과 관련된 측정 변수 각각에 대해서 기술적인 분석(descriptive analysis)을 실행함. 즉 평균과 표준편차, 중간값과 최빈값 등에 대한 분석을 통해서 부유층의 기부행동을 나타내는 각 변수의 분포 양상을 정리해 보고자 함. 본 연구는 기술적인 분석을 위해서는 SPSS 통계 패키지를 사용함.
- 한편 본 연구는 부유층의 기부와 관련하여 기부규모 및 유산기부를 설명하는 연구 모형을 설정하는데, 이에 대한 검증을 위해서는 PLS(Partial Least Square) 분석을 적용하고자 함. PLS 분석은 구조방정식과 같은 측정오차 측정이 가능하지 않다는 단점, 전체모형의 적합도에 대한 평가가 불가능하다는 단점, 비선형모형과 같은 제약을 가하는 모형의 추정 등이 불가능하다는 단점을 갖기는 하나, 다음과 같은 장점을 지님.
 - 첫째, 적은 수의 표본 수를 갖고 복잡한 모형을 추정하는 것을 용이하게 한다는 장점, 둘째, 개념의 구성에 대한 확인적 요인분석과 같은 반영적 관계(reflective)뿐만 아니라 composite measure와 같은 형성적 관계(formative)도 동시에 다루는 것도 용이하게 한다는 장점을 가짐. 셋째, 정상분포의 가정을 필요로 하지 않는다는 장점을 갖고, 넷째, 추정에서의 실패 문제도 없다는 장점(no inadmissible solution problem)을 가짐. 다섯째, 잠재변수 요인의 불확정성 문제가 없이 잠재변수 점수를 추정가능하게 한다는 장점(no factor indeterminacy problem)도 가짐. (홍세희, 2008). 이러한 속성을 갖는 PLS 분석은 기본적으로 외부모형과 내부모형으로 구성되는데, 외부모형(outer model)은 각각의 측정변수와 composite measure의 관계를 나타내는 것이고, 내부모형(inner model)은 연구 모형에 포괄된 composite measure들 간의 관계를 나타내는 것이라 할 수 있음. 즉 PLS에서는 각 composite measure를 구성하는 측정변수의 합으로 composite measure, 즉 잠재변수를 추정한 후, 이렇게 외부 모형에서 얻어진 잠재변수 점수를 내부모형에서 update 하면서 이렇게 1단계에서 최종 추정된 잠재변수 점수를 이용해서 내부모형에서는 회귀분석을 적용하여 경로계수를 추정하는 방식으로 추정이 이루어짐. 마지막으로 PLS는 부분 추정의 방법을 적용하고 분포를 가정하지 않는 방법이기 때문에, 구조방정식에서와 같이 모형 전체에 대한 적합도 및 각 추정치에 대한 유의도 검증이 용이하지가 않음. 따라서 각 추정치에 대한 유의도 검증은 n개의 사례를 가지고 있는 표본자료로부터 n개의 표본을 복원추출(sampling with replacement)하여 k개의 표본을 생성해 내는 Bootstrapping의 방법을 사용하여 표준오차를 추정한 후에 t 검증의 방식을 통해 추정치에 대한 유의도를 검증함. 이러한 속성의 PLS 분석을 위해서 본 연구에서는 통계적 분석 패키지로 smartPLS를 사용함.

>> 부유층 및 자산관리사(Wealth Managers) 대상 질적연구방법

- 본 연구에서는 부유층의 기부관련 인식과 경험을 심층적으로 이해하기 위하여 질적연구방법을 활용함.
- 연구참여자
 - 본 연구는 부유층의 기부트렌드와 욕구를 심층적으로 탐색하기 위하여 Wealth Manager 그룹과 부유층 그룹을 각각 조사함.
 - WM 조사는 A은행의 WM 8명을 4집단으로 나누어 포커스 그룹 인터뷰의 방법으로 조사하였고, WM들은 자산 50억이상의 부유층을 30명내외로 담당하고 있으며, 남성이 7명, 여성이 1명이었음.

- 부유층 조사는 A은행, 주요 비영리 단체 등의 추천을 받은 7명의 참여자를 개별 인터뷰 방법으로 조사함.
- 구체적으로 B 모금단체에서 추천한 2명, C 재단에서 추천한 2명, A은행에서 추천한 1명, 그리고 연구자들이 연구목적에 잘 부합된다고 판단하여 추천받은 참여자 2명이었음.
- 이들은 정확한 자산규모를 진술하지 않았으나 50억이상에서 1000억이상의 규모를 가지고 있으며, 이미 수천만원~1억 이상의 기부를 하였던 경험이 있는 이들로, 앞으로 거액기부를 할 수 있는 잠재력(계획)이 있는 부유층이었음.
- 남성이 6명, 여성이 1명이었으며, 연령대는 80대 1명, 70대 1명, 60대 2명, 50대 2명, 40대 1명으로 구성되었음.

● 자료수집방법

- 본 연구에서 자료수집기간은 2008년 11월~2009년 4월까지 총 6개월간 포커스 그룹 인터뷰와 개별 면접을 진행함.
- 주요 연구질문은 ‘우리나라 부유층은 누구인가?’, ‘기부에 대하여 어떠한 생각을 가지고 있는가?’, ‘어떠한 기부경험을 가지고 있는가?’, ‘부유층의 기부문화 활성화를 위해 무엇이 필요하다고 보는가?’ 이었음.
- 1시간~2시간 정도 심층적으로 개방적인 인터뷰를 진행하였고, 인터뷰 내용을 연구참여자의 동의하에 녹음을 하였으며, 정확한 분석을 위해 면접자료는 전문 전사를 하였음.
- 이와 더불어 부유층 기부에 대한 풍부한 자료 확보를 위하여 우리나라 대표적인 신문¹⁾의 2004년 3월~2009년 3월 사이에 실린 기사를 검색하였으며, 약 200개 이상의 기사에서 부유층의 인터뷰 자료를 수집하였음.

● 분석방법

- 본 연구에서 수집된 자료는 주제별 분류법을 활용하여 분석하였음.
- 질적 연구에서는 자료들을 읽고, 감상, 평가 그리고 느낌의 계속적이고 순환적이며 반성적인 탐구과정을 통하여 텍스트가 담고 있는 메시지와 의도 그리고 의미가 무엇인가를 규명해야 함.
- 이때 대표적으로 쓰이는 방법이 주제별 약호화(coding) 분류법임. 질적인 방대한 자료(기록)를 연구자가 분석 가능한 수준으로 줄여 나가면서 체계적으로 분석이 가능하도록 하기 위한 약호화 방법은 일련의 텍스트를 특정한 용어나 이름으로 함께 묶어냄으로써 특정 텍스트의 내용이 갖는 의미를 함축적으로 표현해 줄 수 있는 수단이라 할 수 있음.
- 주제별 약호화의 방법으로는 대표적으로 4가지 방법이 제시되고 있음. 첫 번째는 내용이 구체적이지 않은 일반적 영역에 해당하는 설명도식에 근거하여 연구 자료를 분석하는 방법. 주요 약호화를 위한 설명도식은 현장/맥락, 상황정의, 관점, 인간에 관한 사고방식, 과정, 활동, 사건 전략, 의미, 관계들 등을 들 수 있음. 두 번째는 연구문제나 연구목적에 부합되는 부호화의 주제를 현장작업 시작 전에 개발한 다음, 수집된 자료들을 이 약호화의 목록에 따라서 분석해 나가는 방법임. 연역적 접근으로 약호화의 목록을 분석 이전에 작성하는 것임. 세 번째는 귀납적 접근을 적용하여 자료가 수집될 때까지 어떠한 자료도 미리 약호화하지 않는 방법을 말함. 철저하게 자료에 근거하여 약호화의 주제와 이름을 개발하고 부여하는 방법임.

1) 조선, 중앙, 동아, 한국, 문화일보, 서울신문, 한경, 매경, 헤럴드경제, 머니투데이 신문 자료를 검색함.

네 번째는 연구가 어느 정도 진행된 후에, 중간분석 결과를 토대로 주제 목록을 만들고, 모든 수집 자료(기록)에 이 목록을 적용하면서 필요하면 연구 진행과정에서 지속적으로 주제 목록을 수정해 나가는 방식임 (이용숙 외, 2008:347-348).

- 본 연구에서는 주제별 약호화 분류법의 세 번째의 귀납적 방법을 활용하여 부유층의 기부에 관한 경험들을 탐색하고 연구가 진행된 후에 중간분석 결과를 토대로 기부행동의 동기와 장애에 초점을 두어 주제목록을 발전시켜 나감.

제2장

부유층의 기부 관련 선행연구 고찰

1. 해외 부유층 기부 현황 분석
2. 부유층의 기부행동에 대한 이론적 논의
3. 부유층 기부 촉진전략에 관한 선행연구 재정리

제2장 | 부유층의 기부 관련 선행연구 고찰

○● 1 | 해외 부유층 기부 현황 분석

- 근래에 해외에서는 부유층의 기부와 관련해서 다양한 문헌들이 축적되고 있음. 이러한 문헌들을 통해 확인할 수 있는 것은 각 나라에서 부유층의 기부현황에 대한 조사가 다각적으로 진행되고 있다는 것임. 특히 미국, 영국, 호주 등을 중심으로 은행이나 투자은행 등과의 협력 하에서 부유층의 기부 현황에 대한 조사가 진행되고 있음. 이러한 조사 등을 통해서 과연 부유층의 기부행동은 어떠한지에 관한 보고들이 지속적으로 보고되고 있음. 이들 보고서에서는 특히 부유층의 기부 동기와 저해요인 등에 대해 관심을 갖고 부유층의 자선적 기부를 촉진시키기 위한 과제 및 전략 등을 기술하고 있음. 따라서 다음에서는 먼저 부유층의 기부와 관련해서 각 나라에서의 보고 내용들을 정리해 보고자 함.
- 각 나라에서의 부유층 기부에 대한 조사노력의 상황을 정리해 보면, 미국의 경우, Boston College의 부와 자선 연구센터를 중심으로 이러한 노력이 지속적으로 전개되고 있고 아울러서 Indiana University 자선연구센터가 Bank of America의 지원과 함께 부유층 기부에 대한 전국조사 등을 실시하면서 부유층의 기부에 대한 이해를 확장시키고 있음. 더불어 지역재단 등도 부유층만을 대상으로 하는 차원을 넘어, 이들에게 전문적인 조언을 행할 수 있는 회계사, 법률가 등의 전문가를 대상으로 해서 부유층의 기부에 관한 조사를 진행하면서 부유층 기부에 대한 이해를 확장시키고 있음. 이러한 접근에서는 서베이와 같은 양적 접근을 수행하는 것과 병행해서 많은 경우 질적 인터뷰를 수행하면서 양적 이해와 질적 이해를 통합하는 방식의 연구가 진행되고 있음.
- 미국에서의 부유층의 모범적 기부노력에 영향을 받아서 특별히 두 나라에서 부유층의 기부문화를 제고하고자 하는 목적에서 조사 노력이 지속적으로 진행되고 있는데, 그 두 나라는 바로 영국과 호주임. 먼저 영국에서는 미국과 같은 수준에서의 부유층 기부가 전개되지 못하고 있다는 문제의식 하에서 왜 그리고 어떻게 부유층은 기부하는지에 대한 이해를 넓히기 위한 조사가 지속적으로 진행되어져 오고 있음. 그리고 호주에서도 부유층은 지속적으로 증가하고 있는 상황임에 반해 미국과 영국에 비해 부유층의 기부가 너무나도 미약하다는 문제의식 하에서 왜 그리고 어떻게 부유층은 기부하는지에 대한 이해를 넓히기 위한 조사를 지속적으로 진행하고 있음.

1) 미국에서의 부유층 기부에 대한 조사

>> Schervish와 Szanto의 보고서 : Wealth & Giving by the Numbers

● 미국 부유층에 대한 서베이 조사 결과 보고서로서 다음과 같은 결과를 보고함.

- 대부분의 자선행동을 이끄는 동인은 사회적인 파급효과를 만들어 내고자 하는 것이라고 함 (63.5%).
- 교육과 사회서비스 영역이 자선가들의 주요 관심 대상이라고 함.
- 과거에는 생의 마지막 단계에서 자선적 노력을 유산기부 형태로 남기려 하는 경향성이 많았으나, 지금은 자산의 경력이 진행 중인 상황에서 그러한 행동을 하는 경향이 많아지고 있다고 함.
- 부유층의 기부자들은 끊임없이, 기부의 규모, 적절한 시간, 대상 등에 대해서 고민하고 있다고 함.
- 부유층의 관심을 보면, “그들이 가졌던 기회를 갖게 하는 것”이 35.8%, “개인적인 성공을 성취하는 것”이 32.6%, “현재의 삶의 모습을 유지하는 것”이 27.4%, “자녀들의 삶을 충분하게 하는 것”이 24.2%, “유산을 남기는 것”이 18.9%이라고 함.
- 자선행동을 하는데 있어서 장애요인으로서는 “수 많은 곳에서 시간과 돈을 요청하는 것”이 41.9%, “자선조직의 비효율성, 비효과성, 잘못된 경영”이 34.9%, “자신이 관심 갖는 영역을 찾는 것에서의 어려움”이 14%, “개인의 재정적 상태에 대한 관심”이 12.8%이라고 함.
- 가족과의 관계에서 가장 많은 관심을 갖는 것은 “가족과 긴장과 갈등을 만드는 것을 피하는 것”이 40.6%, “자녀에게 너무 많이 남기는 것을 자제하려는 것”이 38.8%, “자녀들 중 누구에게 얼마의 재산 남겨야 하는지의 비중을 결정하는 것”이 22.9%이라고 함.
- 자선을 행하는데 있어 필요한 서비스로는 “관심영역이 갖는 이들이 협력할 수 있게 하는 것”이 36.5%, “정말로 신뢰할 수 있는 우수한 자선 조직을 찾게 하는 것”이 14.1%, “자선의 리더들을 만나볼 수 있게 하는 것”이 12.9%이라고 함.

》 Schervish와 Havens의 보고서(2001) : The Mind of Millionaire

- 평균 자산 3천 8백만불, 중간 자산 3천 5백만불인 사람들을 대상으로 한 조사. 소득 기준으로는 평균소득 4.4백만불, 중간소득 3백만불인 사람들을 대상으로 한 조사. 나이는 평균 59.4세 교육은 평균 17.1년인 사람들을 대상으로 한 조사.
- 60%는 부의 축적을 사업을 통해서 이룩하였고, 20%는 투자를 통해서, 나머지 20%는 유산을 통해서 갖게 된 것으로 보고.
- 현재의 부를 고려했을 때, 36%만이 재정적으로 안정된 것으로 인식하고 있고, 26%만이 후세도 재정적으로 안정될 것으로 인식하고 있다고 보고.
- 부가 제공하는 가장 큰 혜택은 기본적으로 자유인 것으로 인식한다고 보고. 부는 첫째로 무엇이든 쉽게 선택할 수 있게 한다고 인식하고 있고, 두 번째로는 열망하는 것을 실현하는 수단이 될 수 있다고 인식하고 있다고 보고.
- 영향을 미치고 싶은 사회문제 영역으로 60%는 교육을 생각하고 있고, 49%는 빈곤 및 불평등의 문제를 언급하고 있다고 보고.
- 조사에 응한 사람들 자체의 속성이 반영될 수 있기는 하지만, 지난 3년간 자원봉사활동을 공식적으로든 비공식적으로든 참여한 비율이 92%나 되는데, 특히 자선적 자원봉사와 정치적 자원봉사 활동이 주를 이루고 있다고 보고.
- 자신의 자원봉사가 제공하는 도움에 대한 인식을 보면 10점 만점에 7.8로 매우 높고, 만족도 역시 7.3점으로 매우 높은 것으로 보고.

- 97%가 자선적 기부를 하고 있고, 65%는 정치적인 기부를 하고 있고, 70%는 종교적 기부를 하는 것으로 보고.
- 자선적 기부의 규모는 가구소득의 약 22%정도인데, 소득과 자선적 기부의 규모는 정적 관계라고 보고.
- 자선적 기부의 대상으로는 종교적 목적의 기관보다는 비종교적 목적을 갖는 기관이 선호되는 것으로 보고.
- 기부의 대상과 관련해서는 절대적으로 개인적으로 관계가 있는 곳, 개인적으로 헌신하고 있는 사회문제, 스스로 자발성을 갖고 시작한 것에 집중하는 것으로 관찰되고 있다고 보고.
- 기부를 제고시킬 수 있는 상황으로는 열정을 가질 수 있는 새로운 사회문제, 재산의 증가, 소득공제의 폭 변화, 실제로 impact를 만들고 있다는 증거의 제시 등이라고 보고.
- 자선적 기부와 관련해서 다르게 접근해 보고 싶은 것으로는 기부의 대상에서 선택과 집중, 문제에 대한 우선순위설정, 선용적인 접근, 타인의 참여와 함께 지렛대 효과 제고, 사회적 욕구에 대한 재평가 및 매개조직에 대한 재평가 등이라고 보고.
- 자선적 기부의 수준을 조정하게 하는 상황으로는 일반적으로는 공급 측면에서의 변화로 자신의 자산의 변화, 유산에 대한 계획, 그리고 일반적 세금 환경이긴 하나, 수요 측면에서의 변화도 영향을 미칠 수 있다고 인식하는 것으로 보고.
- 이들의 대다수는 부의 의미와 책임에 대해서 후속 세대에 교육하는 것으로 보고.
- 89%가 자신의 향후 삶, 즉 부의 관리와 죽은 이후의 부의 관리에 대한 기록된 계획서 (estate planning) 를 갖는 것으로 보고.
- 자신의 부에 대한 전이를 어떻게 할 것인가와 관련해서, 기대되는 바와 선호되는 바는 다음과 같음. 즉 기대되는 바에서는 자녀 등의 상속인에게 47%가 갈 것으로 기대라고, 선호하는 바에서는 65%인 것으로 보고. 한편 자선 영역에 대해서는 기대되는 바에서는 16%이고, 선호되는 바에서는 26%로서, 이러한 차이가 발생하는 이유는 바로 세금인 것으로 보고.

	Expectations	Preferences
Heirs	47%	65%
Charities	16%	26%
Taxes	37%	9%

>> High Net Worth Individuals: Giving Back to Community

- 미국에서 투자가능한 자산을 오십만불 이상 가진 이들, 즉 High Net Worth Individual에 대한 조사결과임.
 - 이들의 특징은 다음과 같음. 다양한 관심 영역에 기부하고, 가족과 함께 관여하는 것을 가치있게 생각하고, 재정적 안정감은 심리적 위안과 물질적 부 이 둘에 의해 영향을 받는다고 생각하고, 항상 위험을 감수하고, 발전되고 있는 기술들을 매우 잘 사용할 줄 알고, 자선과 관련해서도 개별화 된 서비스를 매우 선호하고, 다양한 자선적 기부의 선택을 가능케 하는 것에 대해 많은 인식을 하고 있고, 이를 위해 다양한 전문가를 사용하는 경향이 있다고 보고.
 - 이들에게 있어 자선을 위한 동인은 사회문제 그 자체, 자선조직과의 개인적 관계와 경험, 세계 혜택, 기부에 특별한 요청, 옳은 일을 해야 한다는 도덕적 당위성. 가족 및 친구들의 자선활동에 관여, 종교적 신념 등이라고 보고.

- 자선적 기부를 저해하는 요인으로는 기부가 생산적이고 신뢰성 높게 사용되지 않을 수 있다는 것, 기부할 이유를 느끼지 못한다는 것, 기부를 생각하거나 이를 위해 조사할 시간이 없다는 것, 자신의 재정적 미래가 불투명하다고 느끼는 것 등이라고 보고.
- 이들의 인구사회학적 특성을 보면, 나이는 55세 이상이 64%로 가장 많고, 남성이 더 높은 비율을 차지하고, 백인이 아닌 다른 인종의 사람들도 점차 증가하고 있고, 재산의 토대는 자신의 사업과 직업적 활동이 59%이고, 21%는 투자를 통해서 이루었고, 18%는 유산을 통해서 이루었다고 보고.
- 이들 중 각기 다른 속성의 자선적 지향을 갖는데, 자수성가한 이들은 High Impact에 대한 관심이 지대하고, 세제 혜택에 대한 관심이 지대하며, 쉽고 빠르게 일을 진행하는 것에 대한 관심이 높고, 가족과의 공유 경험을 지향한다고 보고.
- 여성들의 경우, 사회에 대한 책임의식이 상대적으로 높고, 일반적인 사회문제보다는 아주 특별한 cause에 대한 관심이 많고, 자선을 통해 가족적 유산을 설립하는 것에 대한 관심이 상대적으로 높고, 자선에 있어 관계를 매우 중요시 하는 것으로 보고.
- 30대까지의 젊은 이들의 경우, 실험적인 경험을 통한 접근을 지향하고, 쉽고 빠르게 일을 진행하는 것에 대한 관심이 높으며, High Impact에 대한 관심이 지대하고, 후대에 유산을 남기는 것에 대해서는 구세대만큼의 관심이 크지 않은 경향이 있으며, 스스로의 결정을 중요하게 생각하지만 매개적 기관들에 대한 신뢰성이 높지 않은 편이라고 보고.
- High Net Worth Individual의 수가 증가하는 상황에서 이들을 위한 재정 서비스 기관들이 증가하고 있는데, 앞으로 HNWI를 통한 기부 문화를 더욱 활성화시키기 위해서는 관련 전문가들, 특히 변호사, 회계사, 은행 등에서 일하는 투자매개인, 보험설계사, 재무설계사 등과의 협력이 절대적으로 필요할 것이라고 보고.

》》 Dallas Survey on Giving (2000). High-net Worth Individuals and Private Foundations

● 10만불 이상의 가구소득과 100만불 이상의 자산 소유자 301명에 대한 조사

- 90%이상이 자선대상에 기부하고 49%가 자원봉사하고 있다고 보고.
- 54%가 기부를 지난 2년간 증가시킨 것으로 보고.
- 93%가 오랜 기간 동안 기부를 행한 곳이 있고, 96%는 그곳에 앞으로도 지속적으로 기부할 생각이라고 보고.
- 기부대상으로는 교육기관, 종교기관, 빈곤관련 자선기관, 질병이 있는 이들을 지원하는 기관 등이 선호된다고 보고.
- 기부자의 93%는 유산기부의 의지를 갖는데, 그 중 24%만이 실제 유산기부를 할 계획을 갖고 있다고 보고. 이들 24%가 대상으로 삼는 조직으로 교육기관, 종교기관이 각기 24%, 자선단체가 23%이라고 보고.
- 자선이라는 것이 사회에서 핵심적인지에 대한 인식을 보면, 83%가 정말로 그렇다고 생각하고, 16%는 다소 그렇다고 생각하는 등 매우 지지적이라고 보고.
- 기부와 자원봉사 중의 선호도를 보면, 기부의 선호도는 51%, 자원봉사는 10%, 둘 다는 39%로서 기부의 선호도가 다소 높다고 보고.
- 개인적인 연결망은 기부에 있어 중요한 동인이라고 보고.
- 기부에 대한 세제혜택이 증가해서 기부의 가격이 떨어지면 67%는 더욱 많이 기부할 생각을 갖는다고 보고.

>> The Center on Philanthropy at Indiana University (2006). The Study of High Net Worth Philanthropy (Bank of America)

- 순자산이 300만불 이상인 가구 30,000가정에 메일로 서베이한 보고서. 설문 응답자는 1,399명이었으나 먼저 응답한 이들 1,150명을 일차 분석대상으로 한 후에 수입(20만불 이하)이나 자산(1백만불 이하) 기준에서 맞지 않는 이들을 제외한 945명에 대한 분석결과.
 - 미국인들의 기부대상을 보면, 일반 시민의 경우 종교가 60%를 차지함에 반해, 부유층의 경우에는 종교는 22%이고 교육이 21.6%, 기부기금과 재단이 17.3% 등으로 다양한 대상에 기부.
 - 이들의 동기를 보면, 사회문제에 대한 대응, 사회에 환원, 호혜적 가치, 사회적인 파급효과 제고, 정부가 못하는 일에 대한 지원, 요청받기 때문, 모범이 되기 위해, 사회문제와의 동일시, 종교적 믿음 등이 기본적으로 50% 이상이 응답한 동기이고, 이외에 사회적인 네트워크, 선한 사업의 이미지 때문, 사회적인 유산을 남기려고, 자녀에게 너무 많은 자산은 위험하기 때문 등인 것으로 보고.
 - 기부를 제고시키는 선호되는 기부 관련 현상으로는, 비중의 순서에 따라 정리해 볼 때, 자선단체 운영에서의 행정적으로 낮은 비용, 기부에 따른 파급효과가 분명하게 전달될 때, 재정적으로 더 안정적일 때, 투자 후에 더 많은 수익을 가질 때, 재정적으로 내가 향후 어디에 투자 및 기부할지에 대한 사용처가 아직 분명하지 않을 때, 자선단체들에 더 많이 알고 있을 때, 자선단체에서 내 기술을 사용할 수 있을 때, 연구결과와 연계될 수 있을 때, 그리고 미션에 대해서 분명하게 알 수 있을 때, 자선의 수단에 대해서 더 많이 잘 알게 될 때, 이름이 알려지지 않을 때, 더 시간이 많을 때 등인 것으로 보고.
 - 기부에 대한 만족도의 수준에서는 42.9%가 매우 만족하고, 44.8%가 그냥 만족하는 수준이라고 응답한다고 보고.
 - 기부에 대해 소득세 감면을 적용받지 못한다고 할 때, 38.1%는 기부를 줄이고, 51.7%는 현상 유지하겠다고 보고.
 - 부동산세가 없어지면, 기부와 관련되어서 현상을 유지하겠다고 56.1%이고 증액하겠다고 29.5%라고 보고.
 - 기부와 관련된 상담 대상으로는 모금전문가가 가장 많고, 다음이 동료, 회계사, 자선활동에 대한 전문조언자, 변호사 등의 순서라고 보고.
 - 가족의 자선 참여와 관련해서, 자녀와 상의하는 비율은 70.3%, 자녀의 자선참여 허용은 35.2%, 자녀의 자선 참여의 기준을 확실하게 갖는 경우는 23.4%, 자녀에게 자선기금을 제공하는 경우는 18.8%라고 보고.

>> The Center on Philanthropy at Indiana University (2007). The Study of High Net Worth Philanthropy (Bank of America)

- 미국의 부자가구 상위 3.1%에 속하는 가구에 대한 조사로 1,400명으로부터의 조사결과. 수입(20만불 이상)의 기준과 자산(1백만불 이상)의 기준에 맞는 이들에 대한 분석결과.
 - 기부평균규모는 5억불 이상의 부를 갖는 경우, 연간 1,163,190달러, 5백에서 5천만불까지는 평균 117,185, 5백만불 미만의 경우, 25,264불.
 - 재정적 안정도를 보면, 5억불 이상을 갖는 가구도 10.5%가 불안정하다고 답하고, 5백에서 5천만불까지도 7.7%가 불안정하다고, 5백만불 이하는 14.3%가 불안정하다고 인식한다고 보고.
 - 세금공제혜택이 없으면 기부를 줄인다는 경우도, 5억불 이상을 갖는 가구에서 52.6%, 5백에서 5천만불까

- 지에서는 52%, 5백만불 이하는 44.1%라고 보고.
- 부동산세가 없어도, 기부와 관련되어서 기부를 증가시키겠다는 비중이 5억불 이상을 갖는 가구에서 36.9%, 5백에서 5천만불까지에서는 33.7%, 5백만불 이하는 24.7%라고 보고.
 - 이들의 동기를 보면, 사회문제에 대한 대응은 공히 모든 부의 범주에서 보다 높고, 사회환원 역시 그러한 경향이 있으나 5백만불 이하에서는 상대적으로 낮고, 상호호혜성 즉 더 가진 이는 덜 가진 이를 도와야 한다는 것은 공히 다 높으나 5억불 이상의 경우에는 상대적으로 낮고, 사회적인 파급효과 발생시키기, 정부가 못하는 일에 대한 지원, 요청받기 때문, 모범이 되기 위해, 사회문제와의 동일시, 종교적 믿음 등이 기본적으로 50%이상이 응답한 동기이고, 이외에 사회적인 네트워크, 선한 사업으로서의 이미지, 사회적인 유산을 남기려고, 자녀에게 너무 많은 자산은 위험하기 때문 등인 것으로 보고.
 - 기부를 제고시키는 선호되는 기부 관련 현상으로 비중의 순서에 따라 살펴보면, 자선단체 운영을 위해 행정적으로 낮은 비용과 기부에 따른 파급효과가 분명하게 전달될 때와 같은 이유들은 공히 모든 집단에서 다 높은 비중을 갖는 것으로 보고. 그 다음으로는 재정적으로 더 안정되어 질 때(특히 5백만불 이하의 자산을 갖는 이들), 투자 후에 더 많은 수익이 발생할 때, 재정적으로 사용처가 아직 분명하지 않을 때(특히 5백만불 이하의 자산을 갖는 이들), 자선단체들에 대해 더 많이 알고 있을 때, 자선단체에서 내 기술을 사용할 수 있을 때, 연구결과와 연계될 수 있을 때, 그리고 미션에 대해서 분명하게 알 수 있을 때, 자선의 수단에 대해서 더 많이 잘 알게 될 때, 이름이 알려지지 않을 때, 더 시간이 많을 때 등의 동인이 영향을 미치는 것으로 보고.
 - 기부와 관련된 상담 대상으로는 소득에 따라서 각기 다른 양상인데, 5억불 이상은 회계사, 모금전문가, 변호사, 동료의 순인 것으로, 그리고 5천만불까지에서는 모금전문가, 동료, 회계사의 순서인 것으로, 그리고 5백만불 이하에서는 동료, 모금전문가 등의 순서인 것으로 보고.
 - 기부의 방식과 관련해서는 소득에 따라서 다소 다른 양상인데, 5억불 이상은 캠페인, 유산 기부, 자산, 증권 및 채권의 순인 것으로, 5천만불까지에서는 캠페인, 유산기부, 증권 및 채권의 순서인 것으로, 5백만불 이하에서는 캠페인과 증권 및 채권 등의 순서인 것으로 보고.
 - 가족의 자선 참여와 관련해서, 자녀와 상의하는 비율이 공히 모든 집단에서 매우 높았고, 5억불 이상에서는 자녀의 자선참여 허용, 자녀의 자선참여의 기준을 확실하게 갖기, 자녀에게 자선기금을 제공하기의 비율이 상대적으로 더 높은 것으로 보고.
 - Bequeather, 즉 재산의 25% 이상을 유산기부 할 사람들의 특징을 보면, 소득과 재산의 규모가 더 높고, 나이는 61세 이상 70세까지가 많고, 자녀가 없는 경우가 상대적으로 많고, 이들의 자선기부의 규모는 유산기부에 생각이 없는 이들의 4.5배에 이르는 것으로 보고.
 - 종교적인 부자는 세속적 부자에 비해서 자선기부를 평균적으로는 덜 하는 것으로 보고. 그럼에도 이들의 자선기부의 중간값은 세속적인 기부자에 비해서 더 높다고 보고. 즉 일반적으로 종교성이 높은 이들의 기부수준은 상대적으로 높은 경향이 있다고 보고.
 - 기업가들, 즉 자신의 부의 50% 이상이 기업 자산의 형태로 존재하는 이들의 기부는 다른 부자들에 비해 25% 더 많은 것으로 보고. 이들의 기부는 교육과 환경 및 국제문제에 초점을 두는 경향이 있다고 보고.
 - 전략적 기부자, 즉 어느 일정 사회문제에 한정해서 기부하는 것을 선호하면서 재단이나, 기부자 재량의 기금을 만들어 기부하는 이들은 동기 등에서 사회의 모든 문제에 관심을 갖고 반응하며 기부하는 일반 거래적 기부자들에 비해서 동기 등에서 큰 차이를 갖는다고 보고. 즉 후자의 사람들은 더 가진 자는 덜 가진

자를 돌봐야 한다는 생각 등에서 기부하나, 전략적 기부자는 사회적 파급효과의 창출 등의 이유에서 기부하는 것으로 보고.

>> Deutsche Bank (2000). Wealth with Responsibility

- 미국에서 5백만불 이상의 순수 자산(net worth)을 갖는 112가구에 대한 분석결과.
 - 평균 자산이 3천8백만불이고 중간값이 3천5백만불인데, 89%가 기업가 활동 혹은 전문직업인으로서의 활동을 통해 자산 형성. 즉 대다수가 자수성가형 백만장자인 것으로 보고.
 - 이들 중 36%만이 재정적으로 안정되었다고 응답한다고 보고. 평균적으로는 현재의 부보다 4천5백만불 정도 더 많아야 재정적으로 안정되었다고 말할 수 있고, 중간값으로 보았을 때에는 2천만불 정도 더 많아야 재정적으로 안정되었다고 생각한다고 보고.
 - 사회적으로 영향을 미치고자 하는 것은 교육, 빈곤과 기아, 문화, 가족이라는 제도를 단단하게 하는 사회 만들기 등인 것으로 보고.
 - 97%가 가족 구성원에게 가족이 추구하는 가치와 규범에 대해서 가르치고 있으며, 60%는 자녀에게 부와 자선의 관계 및 청지기 정신 등에 대해서 교육하는 것으로 보고.
 - 97%가 자선적 기부를 하는데, 평균 액수는 1.2백만 달러이고 가구 소득의 22% 수준을 기부한다고 보고. 기부 대상은 육체적, 감정적으로 밀착된 사회문제이고, 기부의 방식으로는 신탁, 자선기금, 재단 등인 것으로 보고.
 - 85%가 최소 한 달에 한 시간 자원봉사를 하는 것으로 보고. 비영리조직의 이사로서, 기금 모금자로서, 혹은 기타의 역할을 행하면서 활동하고 있다고 보고.
 - 사회적으로 책임있는 투자로 불리는 행위(socially responsible investing)에 대해서 관심을 갖는 이들의 비중은 그리 높지 않았지만 (약 1/3), 대다수는 자선활동을 통해서 사회의 변화에 기여하는 활동을 하고 있다고 생각하고 있다고 보고. socially responsible investing을 더 높게 바라보는 이들의 속성은 더 높은 수입, 자선활동에서 더 많은 규모의 자선액수, 유산상속의 부분이 상대적으로 더 많은 것 등으로 특징지어지는 경향이 있다고 보고.
 - 유산기부와 관련해서는 89%가 계획을 이미 만들어 왔고, 대다수는 유산상속, 유산기부 및 세금을 내용으로 그 비중을 결정하는데, 이때 세제혜택에 대한 다양한 선택이 가능한 것은 더 높은 액수의 기부를 하게 하는데 기여할 것으로 생각한다고 보고. 그러나 신기하게도 아주 소수의 사람들만이 자산세 등을 없애는 것에 찬성하는 경향이 있다고 보고.

>> Schervish와 동료 (2001). Agent-Animated Wealth and Philanthropy: The dynamics of Accumulation and Allocation Among High-Tech Donors

- 28명의 기술관련 사업을 통해 부를 축적한 이들 (high tech wealth holder), 두 명의 배우자 및 이들과 함께 일하는 소수의 사람들과의 인터뷰 결과 보고
 - 이들은 새로운 벤처 자선 활동을 통해서 과거에 비해서 더 큰 사회적 파급효과를 발생시키며 더욱 철저하게 사회변화를 모색하는 것에 관심있다는 가정이 정확하게 들어맞는다는 사실을 확인시켜 주고 있는 것으로 보고.
 - 이들은 기존의 제도에 맞춰 일하기보다는 새로운 것을 창조하고자 하는 방식에서 일하는 hyper-agents

로서 자신의 성취라는 행운을 보상하기 위해서 무언가를 행해야 한다고 느끼는 것으로 보고, 이들은 동일시(identification)를 통해서 자선활동에 대한 동력을 받고, 교류와 관여(association)를 통해서 자선활동을 전개하는데, 이 과정에서 자본의 영적인 힘을 학습하면서 동시에 자본의 힘과 자본에 기반한 사회적 돌봄을 위해 깨어있어야만 한다는 도전의식을 갖는 경향이 있다고 보고.

- 이들은 비영리조직들이 그들의 존재의 이유를 성취하는데 있어 효율성, 전략, 혁신, 위협에 대한 감수, 선한 경영, 책임성, 측정가능한 목표설정, 성장지향 등의 기준에서 좀 더 치열한 노력을 해야 한다고 인식하고 있다고 보고, 즉 이러한 기준을 충족하는 조직이 이들의 자선의 대상이 될 수 있다고 인식한다고 보고.
- 이들은 사회문제를 그들이 부를 이루어낸 방식과 같은 접근을 통해서 해결하는데 자신감을 갖는 경향이 있다고 보고.
- 이들은 교육과 같은 인적자본의 개발과 확대가 많은 사회문제 해결의 근간이라고 믿는 경향이 강하다고 보고.
- 이들은 사회문제에 대해 현재 이들의 사업에서 혁신적으로 찾아낸 기제를 연결 지음으로써 사회를 돌보는 이로써 사회의 발전을 이뤄 낼 수 있고, 이를 통해 후속세대를 위한 교육자로서 자리매김을 할 수 있다고 생각하는 경향이 크다고 보고.

>> Wealth and Philanthropy: the Views of Those Who Advise the Rich

● 법률, 자산관리, 회계 분야 등의 전문가 12명, 즉 부에 대한 전문적 조언을 행하는 전문가들과의 인터뷰 결과 보고

- 점차 더 많은 부유층이 기부를 하는 것으로 관찰된다고 보고.
- 점차 더 많은 부유층이 유산기부에 대한 관심과 실천을 행하고 있다고 보고.
- 이들 기부자들의 특징을 보면, 자신의 기부에 대한 효과성과 효율성에 대한 관심이 상대적으로 매우 높은 수준이라고 보고.
- 아직도 자선은 이중과세의 속성을 지닌다고 보는 이들이 있긴 하나, 즉 자선적 기부에 대한 장벽이 존재하긴 하나, 과거에 비해 경제적 불안정감에 따른 기부의 주저함은 훨씬 덜 하다고 인식하는 것으로 보고. 특히 자수성가한 사람들의 경우에 훨씬 더 그런 경향이 있다고 보고.
- 더 많은 부유층이 자선적 기부에 대한 전문적 조언을 찾고 있다고 보고. 이러한 트렌드 속에서 자선기관들은 미션과 비전을 명확하게 하면서 효율적이면서 효과적인 운영과 함께 파급효과를 높이는 것이 필요하고, 미디어는 기부의 긍정성을 높이는 노력에 경진하는 것이 필요하며, 정부는 다양한 규제 장벽을 낮추는 노력을 해야 하고, 부유층에 대한 전문적 조언가들은 더 정확한 정보와 조언으로 기부에 대한 자신감을 갖도록 노력해야 한다고 보고.

>> The Philanthropic Initiative (2000) Doing Well by Doing Good

● 다양한 조사결과에 대한 결합적 보고서. 500명의 부유층 전문 조언가들에 대한 서베이, 기부자 서베이 및 인터뷰, 89명의 전문 조언가와의 인터뷰 및 포커스 그룹 인터뷰 및 워크샵 결과

- 기부자들의 첫번째 동기는 사회문제이고 두 번째가 세금혜택이라고 보고.
- 전문 조언가들의 시각에서 볼 때, 부자들이 기부해야 하는 이유는 첫 번째는 도움을 통한 사회변화와 차이를 창출해 내는 것이고, 동등하게 세금공제를 받기 때문이라고 생각하는데, 이들은 기부자들보다 세금공

- 제에 대한 관심이 훨씬 높다고 보고.
- 기부자들을 관찰할 때, 부유층 기부의 제일 큰 장벽은 재정적인 불안정성이라고 보고. 많은 이들이 자신과 자녀에게 남은 재산의 부족하다고 인식하고 있다고 관찰된다고 보고.
 - 부자들은 직접기부를 현재 가장 많이 하고 있고, 재단설립이나 운영, 자선신탁, 자선기금 등의 기제는 실제로는 많이 사용하고 있지 않는 경향이 있다고 보고.
 - 부유층에 전문적인 조언을 행하는 이들의 형태를 보면, 세 가지인데, 항상 자선에 대해 유도하는 initiator, 기회가 오면 자선관련 서비스를 비중있게 다루는 facilitator, clients의 자선활동실천 등에 그냥 따라가 주는 follower 등으로 구분된다고 보고.
 - 부유층을 돕는 전문가들이 자선적 책임을 일차적으로 갖지는 않는다는 것은 자명하나, 부유층이 이들에 대해 지니는 신뢰성과 이들의 전문성을 감안할 때 이들에 대한 교육과 지원은 부유층 자선활동을 위해 매우 중요한 촉매제이자 촉진제가 될 수 있는 것 역시 자명하기 때문에 향후에 이와 관련된 과제를 더욱 분명하게 해야 한다고 보고.

>> The Philanthropic Initiative (2004). Doing Well by Doing Good in California

- 2002년에 행해진 426명의 캘리포니아 거주 부유층 조언 전문가들에 대한 89개 질문으로 구성된 서베이 결과로 부유층과 자선의 관계에 관한 조사 보고서. 아울러서 80명에 대해서는 질적인 인터뷰를 수행한 결과에 대한 보고서
 - 이들 전문가의 자선 관련 행동과 욕구를 보면, 86%는 부유층 고객의 자선기부 욕구에 대해서 다른 전문가나 기관이 위탁하는 방식을 사용하는 것으로 보고.
 - 자선방법의 선택에 대한 추천과정에서 용이성과 행정상의 편리, 고객이 자선적 활동에 대해 통제할 수 있는 범위, 고객의 선호도에 기반해서 행동하는 것으로 보고. 자선 신탁이나 사적재단 등에 대한 선호도가 부각된다고 보고.
 - 이들 전문가에게 필요한 것은 자선과 관련해서, how-to에 대한 가이드, 자선 실행을 위한 선택방식들, 고객과 공유할 교육자료, 전문가들을 지원하는 help-lines 등이라고 보고.
 - 고객의 자선관련 행동을 반추해 보면, 전반적으로 지난 3년간을 볼 때 고객이 먼저 자선적 기부욕구를 드러내는 경우는 감소한 것으로 인식하고 있다고 보고.
 - 전반적으로 부유층 고객은 재산이 오래 남게 하는 것, 후세의 경제적 안정, 그들에게 앞으로 필요한 돈의 규모에 대한 걱정 등과 함께 미래에 대한 두려움을 갖는 경향이 큰 것으로 인식된다고 보고.
 - 부유층의 기부 동인은 네 가지로, 첫째는 기부대상 문제에 대한 관심, 둘째는 종교적 동인, 셋째는 지역사회 삶의 환경에 대한 관심, 넷째는 가족의 기부전통에 대한 충성 등이라고 보고. 사회적 인지도 제고 등은 상대적으로 미약한 동인인 것으로 보고되는데, 이는 자선적 기부를 위한 기초적 동인에 따른 동력이 기능하는 상황에서 부가적인 효과를 지닐 수 있는 추후적 동인의 속성이 있음을 시사하고 있음.
 - 현실을 보면, 부유층의 부에 대한 계획을 마련하는 과정에서 고객이 전문적 조언가들 보다 더 빈번하게 기부에 대한 주제를 제시하는 것으로 나타나고 있기 때문에, 향후 이들 전문가들이 더 많은 지식을 가질 수 있고 정확하고 충분한 정보를 지닐 수 있게 지원하는 것이 필요한 과제라고 보고.

>> SunTrust Survey (2008)

- 202명의 연간소득 일천만달러 이상의 순수입을 갖는 비즈니스를 갖고 있는 부자를 대상으로 한 연구결과.
 - 부자들의 기부활동의 중심에는 가족이 존재하고 있음을 보고하는데, 부자들 10명 중 7명, 즉 72%는 가족과 함께 자선적 활동에 참여한다는 사실을 보고. 그리고 그들 중 65%는 가족과 함께 자선활동을 결정하고 있다고 보고. 그리고 37%의 응답자는 한 세대 이상을 가족 구성원들이 지속적으로 관심 있는 사회문제에 집중해서 지원하고 있다고 보고. 그리고 21%는 가족재단을 설립해서 운영하고 있다고 보고.
 - 부유층의 자선활동에 누가 영향을 미치는지를 살펴보면, 배우자가 일순위이고, 그 다음이 자신의 생각, 그 다음이 친구와 동료들, 그 다음이 가족구성원들, 그 다음이 사업 파트너, 그 다음이 종교, 그 다음이 자신의 종업원들, 그 다음이 전문서적, 그 다음이 비영리기관들, 그 다음이 신문과 방송 등이라고 보고.
 - 부유층의 35%는 자신의 재정적 계획에 자선적 활동을 포함해서 자선활동을 지속하고 있다고 보고.
 - 부유층이 기부하는 자선기금을 받는 조직은 사회적으로 잘 알려진 곳으로서 활동의 파급효과가 큰 자선조직인 경향이 높는데, 부유층은 이러한 선택을 위한 조사를 철저히 한다고 보고.
 - 자선적 기부와 관련하여 관여와 통제의 가능성과 그러한 실천이 실제 이루어지는 것은 자선적 기부를 결정하는데 있어 매우 중요한 요인이라고 응답하고 있다고 보고.

2) 영국에서의 부유층 기부에 대한 조사

>> Theresa Lloyd: Why Rich People Give

- 영국의 부유층 기부에 대한 정리 보고서인데, 76명의 부자, 10명의 자선단체 관리자, 14명의 전문적 조원가들과의 인터뷰 결과 보고서
 - 기부에 영향을 미치는 요인으로는 신앙, 가족 전통, 지역사회와의 관계 등이라고 보고.
 - 기부의 초기 경험들이 기부에 철학을 만들어 내는데 일조한다고 보고. 기부과정에서의 초기경험들로는 기부에 대한 외적 요인의 영향, 자신의 역동적 삶, 삶의 변화 경험, 가족의 질병 등과 같은 아픔 등으로 시작하는데 초창기부터 완전한 몰입은 없는 것으로 보고.
 - 기부의 동기는 사회문제 해결에 대한 믿음, 변화의 촉매자로서의 확신, 자아실현, 시민으로서의 책임과 의무, 관계 등이라고 보고.
 - 기부 후에 파급효과를 만들어 내고 있다는 사실을 인지하는 것, 그리고 사회로부터 인정과 감사를 받는 것, 그리고 유사한 기부자들을 만나는 것은 기부를 더욱 강화하게 하는 요인이라고 보고. 그리고 효과적인 의사소통 및 익명성 등의 기부자의 특별한 요청이 지켜질 때 이는 강화요인으로 작용한다고 보고.
 - 기부요청에 반응하게 되는 것은 사회문제 그 자체를 보면서 그리고 누가 요청하는지를 보면서 결정하게 된다고 보고. 그리고 변화와 차이를 만들어 낼 수 있는 기회이면 반응하게 된다고 보고.
 - 때때로 이들은 기부를 하면서 익명성을 보장받길 원하는 경향이 있다고 보고.
 - 대다수는 세금공제는 기부를 촉진하는데 영향을 미치고, 실제 이를 활용하는 경향이 있다고 보고. 즉 기부의 가격이 세금공제 등으로 낮아질수록 부유층의 기부는 더욱 강화될 수 있는 것으로 보고.
 - 이들 부유층은 스스로의 자본, 재산상의 지위, 재정적 안정성에 대해서 매우 다른 인식을 갖는 것으로 보고.
 - 기부를 행함에 있어 자녀에게 얼마를 남겨야 하는지는 기부의 실천과 다른 차원의 문제라고 인식하는 것

으로 보고,

- 부의 사회적 책임에 대해서는 매우 다양한 견해가 존재한다고 보고,
- 국가의 기능에 대해서는 다양한 견해가 존재하는데, 기본적으로 국가는 국민의 기본적인 생활이 가능하도록 지원해야 하지만 국가가 모든 것을 다 할 수는 없기에 자선적 활동이 국가를 대체 할 수는 없으나 보완하는 기능을 해야 한다고 인식하는 경향이 높다고 보고,
- 자선의 기능은 개척하는 것, 즉 새로운 창조적 접근을 통해서 정부에 의해서 행해질 수 없는 최선의 모형을 만들어 내는 것으로 인식한다고 보고,
- 자선을 행하면서 갖게 되는 지위와 사회적 존경과 관련해서 부유층들은 전반적으로 불만족하고 있는 것으로 보고,
- 자선적 기부를 더욱 적극적으로 행하는 이들은 자수성가형 기업가들이고, 나이는 40대에서 50대이고, 신앙이 강한 이들이 경향이 높다고 보고, 적극성의 다른 요인으로는 세금을 내는 것 보다는 나은 수단이라는 인식, 자녀에게 부를 남기는 것에 대한 꺼림, 사회문제에 깊이 관여하고 싶은 소망, 사회적 인정 등이라고 보고,
- 보다 보편적인 복지국가의 모습을 갖는 영국에서의 부유층 자선은 미국에서의 부유층 자선과는 판이한 모습일 수 있다고 보고,

>> Taylor, Webb, Cameron (2007). Charitable Giving by Wealthy People

- 연간소득 200,000파운드 이상의 사람들 44명과의 질적 인터뷰 결과에 대한 보고로서 기본적으로 기부의 장애요인과 동기요인에 대해 보고,
 - 영국의 부유층 기부 행태는 다섯 가지의 그룹으로 나뉘짐. 큰 액수를 정기적으로 기부하는 large committed donors, 큰 액수이나 비정기적으로 기부하는 large ad hoc donors, 작은 액수이나 정기적으로 기부하는 small committed donors, 작은 액수이면서 뜸하게 기부하는 infrequent donors, 그리고 전혀 기부하지 않는 non-donors 등으로 구분된다고 보고,
 - 기부의 동기로는 개인적으로 자선기관 등과 연계되어 있는 것, 신앙 혹은 자선과 관련된 가족적 양육, 사회문제에 대한 몰입, 사회적 양심, 스스로에게 위안 등인 것으로 보고,
 - 장벽으로는 자선단체의 행정비용과 관료성, 자선단체의 스캔들, 가족 구성원과 같은 재정적인 의존자가 여전히 존재하고 있다는 것, 그리고 다른 분야에 대한 재정적인 몰입이 이미 있다는 것 등으로 보고,
 - 기부하기로 결정했을 때, 기부자들을 추동하는 더 큰 동인은 기부한 돈에 대한 통제력(timing and destination)에 있다고 보고,
 - 기부에 관심과 관여가 덜 한 이들은 기본적으로 세금으로 이미 모든 것을 다 지불했는데 그 밖의 기부가 왜 필요한지에 대한 설득이 되질 않기 때문이기에, 이들에 대해서는 세금혜택에 대한 정교한 이해에 기반해서 확실히 득이 되는 설득이 필요하다고 보고,
 - 모든 이들이 세금혜택이 관해서는 매우 긍정적인 반응이라고 보고,
 - 기부와 관련된 세금 공제의 과정을 보다 단순하고 편리하게 만들어 주는 것이 필요하다고 인식하는 경향이 있다고 보고,
 - 대다수가 세금공제와 관련해서 어떤 것에 대해서 얼마나 세금공제가 가능한지에 대해서 인식하지 못하는 상황이라고 보고,

- 세금공제의 수준은 일반적인 상황에서는 부유층의 경우에도 기부실천을 결정하는 핵심적 결정 요인은 되지 않는 것으로 보고. 즉 이는 많은 이들의 경우, 기본적인 동인은 다른 요인들이고 다른 요인에 의해서 기부를 결정하고 실천하는 과정에서 세금공제는 더 적극적인 기부자가 되던지 혹은 더 소극적인 기부자가 되던지 이 둘에 영향을 미치는 조절변수의 기능을 행할 수 있음을 시사하고 있음. 그러나 많은 세금이 걸려 있거나, 기부에 관심이 없는 이들의 경우에 있어서는 동인으로 작용할 수 있다고 보고.

》》 Philanthropy among Wealthy: UK Charitable Giving Lags behind US (2005)

- 자산에 대한 유산상속 부유층의 경우 현금유동성이 좋지 않기 때문에 또한 자산의 유지 역시 비용을 수반하기 때문에 부에 비해 상대적으로 낮은 비중의 기부를 하는 것으로 보고. 그러나 이들 중 상대적으로 나이 많은 세대의 경우, 시간기부에는 상대적으로 적극적인 경향이 있다고 보고.
 - 기부가 정신에 기반해서 부를 이룬 이들은 자녀들에 모든 재산을 넘긴다는 생각이 많지 않기에 상대적으로 보다 많은 재산을 사회에 기부하는 경향이 높은 것으로 보고.
 - 나이가 적은 경우 기부를 덜 하는 것으로 나타나는데, 그러한 이유는 부유층으로 불린다 해도 재정적으로 안정성을 상대적으로 덜 가져서 그런 행동을 하는 경향이 있는 것으로 보고.
 - 이들이 기부를 할 때는 큰 기관에 기부를 하기 보다는 상대적으로 선택을 용이하게 하고 통제를 가할 수 있는 재단 등에 기부하는 것에 보다 큰 선호도를 갖고 있는 것으로 보고.

》》 Rita Kottasz (2004). Differences in the Donor Behavior Characteristics of Young Affluent Males and Females: Empirical Evidence from Britain

- 영국 런던에서 일하는 연 수입 5만 파운드 이상의 40세 미만의 고소득층 직업인들을 대상으로 과연 남녀의 자선대상 선호에서 차이가 있는지 그리고 무엇을 기대하는지 등에 대해서 연구한 결과.
 - 남자는 사회적으로 유명한 예술부와 관련된 자선적 활동에 관심이 많고 사회적 보상에 대한 기대가 크고, 여자의 경우는 사회적으로 지원해 줄 필요성이 많은 어려운 사람들과 관련된 자선적 활동에 관심이 많고 사회적 인정보다는 개인적인 인정에 대한 기대가 상대적으로 더 큰 것으로 보고.
 - 이러한 연구 결과는 과연 자선활동에 임하는 사람들 중 성별 차이에 의한 성향의 차이가 있는지에 대한 광범위한 접근의 필요성을 생각하게 함.

3) 호주에서의 부유층 기부에 대한 조사

》》 Madden (2004) 2002 Study of the Financial Adviser's Role in Philanthropy

- 호주 재정전문가들에 대한 서베이 결과 보고서
 - 영국에서와 마찬가지로, 호주의 재정전문가들은 부유층의 자선에 대해서 미국에서만큼의 적극적인 활동이 전개되지 않는 것으로 보고.
 - 부유층 고객들은 자선적인 수단들을 낮게 사용하는 것으로 보고.
 - 재정전문가들은 고객의 유산기부 등에 대한 흥미가 낮은 것으로 보고.
 - 그럼에도 불구하고 앞으로 자선적 기부가 고객의 전략적 기부의 일환으로 매우 유용한 방식일 것으로 신뢰하는 경향이 있다고 보고.

- 따라서 세금을 활용하는 기부에 대한 지식과 정보를 체계적으로 제공해 주는 것에 대한 관심이 매우 높다고 보고.
- 이와 관련해서 교육 자료를 생성하고 이를 교육하는 것이 매우 필요한 과제라고 보고.
- 아울러서 재정전문가 등의 전문가들 사이의 네트워크 등을 통해서 이와 관련된 정보 및 지식 자원체계를 구축하는 것에 대해 높은 관심이 있다고 보고.
- 재정 전문가들이 보기에 그들의 고객들은 단지 세제혜택만으로 자선을 수행한다고 단순화하기 어렵다는 것, 즉 이에 의해 영향을 크게 받지 않을 수 있다고 보고.
- 부유층, 즉 고객들은 다른 기부자들인 사회적 투자자들과 연계될 필요성이 있다고 인식하는 것으로 보고.
- 부유층 고객들은 단지 기부를 하는 것에 만족하는 것이 아니라 어떤 파급효과를 불러일으키는 영향력을 갖는 것을 선호한다고 인식하는 것으로 보고.
- 결론적으로, 세금 공제 등에 관해 정확한 정보와 지식을 갖는 재정전문가들이 그것만으로 기부문화를 변화시킬 수 없으나 중요한 역할을 수행해 낼 수 있다는 것을 보고.
- 그리고 사회문제 영역에 있는 모금전문가들은 부유층과 적절한 관계를 형성할 수 있도록 훈련되어질 필요성이 높다고 보고.
- 부유층을 설득할 수 있는 사람은 그들과 같은 부유층의 사람들이라는 것을 명심하고, 그들이 경탄해 마지 않는 사람들에 의한 영향력은 거부하기 어렵기 때문에 이러한 이해에 기반해서 부유층의 기부를 활성화 하는 방안도 모색할 필요성이 있다고 보고.
- 따라서 재정전문가들의 자선 관련 조언기술의 발전이 있어야 한다고 주장.
- 다양한 전문 직업인 협회 등을 통해서 재정전문가들에 대한 자선 관련 지식과 기술에 대한 훈련 체계를 마련해야 한다고 주장.
- 부유층의 기부 문화 활성화를 위해서는 세금공제의 범위가 더 넓어질 수 있게 하는 지원책들이 마련되어야 한다고 주장.
- 기부에 대한 사회의 인식 제고 차원에서 부유층 기부에 대한 공헌상이 마련될 필요성이 있다고 주장.

》》 Asia-Pacific Centre for Philanthropy and Social Investment (2005).

Encouraging Wealthy Australians To Be More Philanthropic

● Goldman Sachs의Melbourne Office의 부유층 고객 지원 전문가들에 대한 서베이 결과

- 부유층이 왜 기부를 하지 않는지에 대한 질문과 관련해서 전문가들의 대답들은 다음과 같다고 보고. 첫째, 쉽게 접근하기 어려운 그들에게 정확한 방식에서의 요청이 없기 때문에. 둘째, 그들은 자신의 부를 보이는 것에 대해서 겸연쩍어 하기 때문에. 셋째, 그들은 나름대로 그들과 선이 닿는 것에만 기부를 하기 때문에 그렇게 보일 수 있다고. 넷째, 그들은 자산에서는 부자일 수 있다고 느끼나 현금유동성에서는 그렇지 않아서. 다섯째, 부를 상속받은 사람들의 경우, 삶의 일반적 가치와는 다를 수 있는 가치 시스템을 갖는 경우도 있는데 이들의 경우 사회문제에 대해 공감 할 수 없는 경우도 종종 있어서. 여섯째, 일부는 사회 투자적 속성의 자선적 벤처에 관심을 갖기 때문에 이런 것은 자선적 활동으로 인정받지 못할 수도 있기에. 일곱째, 일부는 자신의 은행의 잔고에만 신경을 쓰는 자기중심적 속성의 사람이라서. 여덟 번째, 일부는 진정 자선적 활동을 원하나 가족의 반대가 워낙 심해서.
- 재정전문가들이 경험한 것으로 기반해 볼 때, 부유층의 사람들은 단지 세제혜택만으로는 영향을 크게 받

지 않을 수 있다고 보고. 그렇기 때문에 그들은 다른 사회적 투자자들, 즉 부유층이면서 기부활동에 적극적인 이들과 연계될 필요성이 있다고 보고. 아울러서 그들은 단순하게 기부를 하는 것이 아니라 어떤 파급 효과를 불러일으키는 영향력을 갖는 것을 선호할 수 있기에 이러한 동인이 실현되어질 수 있게 해주어야 한다고 보고.

>> Queensland University of Technology (2008). Good Times and Philanthropy

● 투자가능 자산이 1,2백만불 그리고 세금이 적용되는 연간 수입이 10만불 이상인 부유층(Affluent People)의 기부 경향성에 대한 보고서

- 부유층의 정의는 World Wealth Report에 의한 high net worth individual에 대한 정의에서 차용된 것인데, 호주의 경우 자산기준으로 2006년에 168,000명이 대상이 되고, 수입기준으로는 2005년에 483,870명인 것으로 보고.
- 부의 상위 5%에 속하는 10명 중 6명은 기부에 따른 세금혜택을 요청하고 있다고 보고.
- 일반인들보다 더 많은 기부를 하긴 하는데 크게 많지는 않은 규모에서 기부하고 있다고 보고. 보다 정확하게는 0.45%의 수준에서 기부하는데, 이는 일반인들은 0.33% 수준보다 다소 높은 수준이라고 보고.
- 국제청 자료에 기반해서 조사해 볼 때, 이들의 자산증가 비율은 36%인데 비해, 기부 증가비율은 이에 비해 훨씬 낮은 수준이라고 보고.
- 거액의 재산을 갖는 ultra 부자들의 경우, 국제적인 수준에 비해서 매우 낮은 수준의 기부 비중을 갖는다고 보고. 예로 The World Wealth Report by Merrill Lynch/Capgemini (2007)에 따르면, global high net worth individuals은 그들 재산의 3-11.8%까지 기부하는데, 호주에서는 이에 턱없이 못 미친다고 보고.
- 호주 부자들의 경우, 세금공제수준의 변화가 자선문화 확산의 동인으로 작용할 수 있다고 보고.
- 부자들의 기부를 보다 정확하게 보기 위해서는 자산의 수준에 따른 행동 및 수입의 수준에 따른 행동 등으로 구분해서 볼 필요성이 있다고 보고.
- 핵심 전략으로는 부유층과 자선과의 관계를 형성하는 노력을 제고시키는 것인데, 이를 위해서는 첫째, 그들에 다가가서 자선활동의 가시성을 높여야 한다. 둘째, 부유층을 다양하게 세분화 한 후 이에 맞게 다양한 관여를 만들어서 다양한 형태의 실제적 관계가 형성될 수 있게 해야 한다. 셋째, 기부에 대한 부유층 동료의 지지를 활용해야 한다. 넷째, 기부 가이드를 상세히 제공하면서 기부의 규범을 내재화 시키면서 계획된 기부를 유도해야 한다. 다섯째, 정부, 기업, 직업단체, 지역사회가 함께 희망찬 미래를 설계하는 자선 프로젝트를 만들어서 부유층의 참여를 유도해야 한다. 여섯째, 세금의 공제를 늘려주는 것은 아무리 강조해도 지나치지 않음을 기억해야 한다. 일곱째, 부유층에 대한 전문 조언가들에 대한 교육과 훈련이 필요하다. 여덟째, 부유층에게 가족, 특히 자녀와 함께 연계되어 기부하는 것의 혜택을 인지시키면서 그 기회에 접할 수 있게 지원해야 한다. 아홉째, 자선단체들은 더 높은 파급효과를 제시할 수 있게 모범적 사례들을 더욱 더 발전시켜 접근해야 한다. 열 번째, 자선단체의 효율성, 효과성, 투명성은 부유층 기부자들의 기부관심에 핵심적인 요인이 될 수 있기에 이에 대한 높은 민감성을 지녀야 한다. 열한 번째, 부유층의 기부욕구는 너무나도 다양한데 이렇게 다양한 이해에 기반해서 접근해야 한다. 열두번째, 만약 가능하다면 이들이 기부와 더불어 자원봉사까지도 결합해서 활동할 수 있게 유도해야 한다. 이러한 접근은 보다 충실한 기부자로 성숙되게 하는데 매우 유용하다고 보고.

4) 유럽에서의 부유층 기부에 대한 조사

>> Scorpio Partnership (2007). Philanthropy amongst Ultra High Net Worth Individuals and Family Offices in Europe: the United Kingdom, Switzerland and Germany

● 유럽의 부자, 특히 1억 달러 이상의 부를 갖는 34명과 그들의 가족전담사무소(family offices)와의 인터뷰 결과.

- 이들의 기부의 동기는 다양한 것으로 보고, 특정 이슈에 대한 경험, 가족의 전통의 유지, 사회에 대한 환원, 사회적 파급효과의 창출, 정부에 대한 불신 등 다양한 동인을 갖는 것으로 보고.
- 다양한 세대로 구성된 multi-generation family의 경우에 자선의 주제에 맞춰 나가긴 하나, 세대 간에 자선의 내용을 그 주제 하에서 진화시켜 나가는 모습이 관찰된다고 보고.
- 영국 부자의 자선의 경우, 국제적인 시각에 기반한 접근이 강하고, 독일 부자의 자선의 경우에는 그들의 언어 지역에 한정된 자선적 노력이 강한 경향이 있고, 스위스 부자의 자선의 경우 지역과 지구적 문제를 결합하는 방식의 glocal 자선가 활동이 많은 것으로 보고.
- 이들의 경우, 재단이 가장 선호되는 자선적 기부의 수단인 것으로 보고.
- 자선에 대한 경험으로서 이들은 보상적이라는 것 그리고 자극적이라는 표현을 사용하거나, 혹은 마약과 같은 것이라는 표현을 사용하는데, 이는 자선의 중독성에 대해 이해하고 있는 경향성이 높다는 것을 의미한다고 보고.
- 이들이 자선적 기부 과정에서 느끼는 가장 큰 어려움은 바로 어떻게 하면 자신의 재산을 보다 의미 있게 사용하는가 하는 것, 즉 how to give money away가 가장 큰 어려움이라고 보고. 보다 구체적으로는 자신의 목적에 맞는 전문조언가를 갖는 것, 자신의 목적에 맞는 방식으로 문제를 해결하는 프로젝트를 선택해 내는 것, 피드백과 모니터링을 정확하게 해 내는 것 등에서 한계를 지니고 있다고 인식하고 있다고 보고.
- 이들의 자선적 기부와 관련해서 가장 큰 관심의 하나는 성공적 기부를 측정해 내는 것이라고 보고.
- 기부자로서의 스스로의 모습이 어떠한지와 관련해서, 가장 많은 수가 익명의 기부자로서의 모습을 언급하였고, 그 다음이 전략적 기부자, 그 다음이 사회적 파급효과를 창출하는 선언적 기부자의 모습을 언급하였다고 보고.
- 이들의 경우, 스스로를 자신의 시간의 40% 이상을 자선을 위해 사용하는 전문적 자선가로 정의내리는 경우는 10%가 되지 않는다고 보고. 즉 자선에 몰입하는 정도를 보면, 이들의 대다수는 시간적 기준에서 보면 집중적이지는 않은 것으로 간주할 수 있다고 보고.
- 이들의 72%는 스스로를 자선의 옹호자로서 여기고 있다고 보고.
- 이들은 향후 자선가로 발돋움 할 수 있는 이들, 즉 would-be philanthropists에게 일반적인 충고를 많이 제공하고 있다고 보고.
- 이들의 90%는 자선적 활동을 위해서 절대적으로 전문적 도움이 필요하다고 인식하는 것으로 보고.
- 자선과 부의 관리의 관계가 통합되어질 필요성이 제기되는 상황으로 점차 가고 있는 것으로 인식하고 있다고 보고.
- 성공적 자선을 위해서 전문가에게 비용을 지급하더라도 보다 가치 있는 자선적 활동, 의도한 결과를 정확하게 이뤄낼 수 있는 자선적 활동을 전개하고자 하는 의지가 제기되는 상황이라고 인식하는 것으로 보고.

○● 2 | 부유층의 기부행동에 대한 이론적 논의 : 기부참여 모형과 동기 및 저해요인에 대한 정리

>> Schervish (1991). Money and Hyper-agency : the Worldly Empowerment of Wealth.

- 그는 부를 갖는 자들은 자본주의 사회에서 개별적 변화 주체(individual agent)로서의 특징을 갖는다고 주장. 그러나 부는 더 나아가서 사회의 힘을 제고시킬 수 있는 역량을 지닌다고 주장. 즉 부자들은 우리 사회의 사회적 행렬을 구축할 수 있는 역량, 즉 초강력 변화의 주체(hyper-agency)의 능력을 지닌다고 주장. 부는 심리적인 역량강화 및 확장, 즉 individuality를 가져오고, 더 나아가서 부는 시공간을 넘어 자신의 역량강화의 확장, 즉 principality를 가져오는 기능을 한다고 주장. 이러한 속성을 갖는 부는 독특한 사회적 실천과 더불어 자선적 활동이라는 독특한 도덕적 주체성을 창출해 낼 수 있다고 설명.

>> Barbara R. Hauser (2004), Charitable Giving : Noblesse oblige, “The Gospel of Wealth,” and Other Shibboleths

- 부유층들이 기부글 왜 하는지와 관련해서 많은 이유들이 제시될 수 있으나 진정한 것은 바로 인간에 대한 본능적 동정이라는 설명.
- 진정한 이유 이외의 다양한 부가적 이유로 제시될 수 있는 것들 중에는 부를 가진 이들의 사회적 책임(Noblesse Oblige), 너무나 많은 부를 자녀에 남기는 것은 독을 주는 것과 같다는 생각(the Gospel of Wealth motive), 사회적 인정과 불멸의 명성 (opportunities motive), 사회환원(St. motive), 세금공제(charitable trust motive), 선한 삶을 영위하기 (religious tithing motive), 가족의 결속을 이루기 (family foundation motive), 사회적인 파급효과를 만들기 (the venture philanthropy motive) 등이 있다고 설명.

>> Ostrower (1995)

- 사회지도층의 기부를 이끄는 동인은 사회적 지위라 할 수 있다는 것. 즉 노동윤리에 기반해서 사회에서 부를 이루는 행운을 누리게 되었는데 이를 다시 사회에 환원하고자 하는 소망은 사회지도층의 기부에서 핵심적인 동인이라고 설명.

>> Eleanor Brown (2000)

- 부유층의 기부 방식은 다양할 수 있는데, 기본적으로 세금공제방식의 변화에 매우 민감하게 반응하는 경향이 일반적이라고 설명.

>> Schervish (1997). Major Donors, Major Motives : the People and Purposes behind Major Gifts.

- 부유층 기부의 핵심 동인은 자신에 대한 사랑과 이웃에 대한 사랑에서 비롯되는 동일시(identification)와 공식적인 결사체 및 비공식적인 결사체와의 연계성(association)이라고 설명.
- 그리고 이들의 기부의 궁극적인 목적은 사회에서 기부를 통해 차이를 발생시키고자 하는 위대한 기대라고 설명.

》》 Schervish (1997). *Inclination, Obligation, and Association : What We Know and What We Need to Learn about Donor Motivation.*

- 그는 기부의 동인으로 다음과 같은 것을 제시. 첫째는 참여 공동체 (communities of participation), 둘째는 양심과 의식 (frameworks of consciousness: beliefs, values, and orientations), 셋째는 직접적인 기부요청 (direct requests), 넷째는 기부를 할 수 있는 재량적 자원 (discretionary resources), 다섯째는 기부의 모델과 어린 시절의 경험 (models and experiences from one's youth), 여섯째는 사회문제의 긴급성과 자선단체의 효과성 (urgency of issues and effectiveness of agencies), 일곱째로 인구사회학적 속성으로서 지리적 속성, 조직적 속성, 개인적 상황, 가족, 지역사회 및 공동체 (geographic, organizational, and individual circumstance of one's self, family, and community that affect one's philanthropic commitment), 여덟 번째로는 내재적 영향요인 (self-esteem, growth, achievement, meaning in life)과 외재적 영향요인 (social recognition, increased status, and tax incentives) 등으로 구성된다고 설명.

》》 Murphy (2001). *Financial and Psychological Determinants of Donors' Capacity to Give*

- 부자의 기부는 다음과 같은 요인에 의해서 결정되어질 수 있다고 설명.
- 첫째는 소득효과 (an income effect).
- 둘째는 기부가격의 효과, 즉 세제와 매우 중요하게 관련되는 것으로 세금공제에 따른 실제적 기부금액 비용이 얼마가 되는지에 대한 고려.
- 셋째는 부의 유동성(liquidity)과 구성 효과 (composition effect), 즉 자산, 증권 및 채권, 현금, 소장품 및 사적 사업 등의 구성이 어떻게 되어있는지의 효과.
- 자신의 경제적 욕구에 비교되는 소득과 재산의 수준, 즉 부의 효과 (an wealth effect).

》》 Laura Edwards (2002). *A Bit Rich?: What the Wealthy Think about Giving*

- 기부하지 않는 부자들에 대한 설명을 제공.
- 많은 이들은 부자들이 정확하게 요청을 받지 않아서 기부하지 않는다고 생각하지만, 사실 부자들 중에서는 널 돈이 없어서 기부하지 않는다고 말하는 경우가 많다는 사실을 상기해야 한다고 주장.
- 현금의 유동성 등과 같은 여유자본이 있는 경우에 기부하는 않는 이유를 살펴보면, 첫째, 자신의 책임으로 인식하지 않기 때문에, 둘째, 자선기관에 대해 신뢰하지 않기 때문에, 셋째, 요청에 의해서 강압적으로 기부하는 것 보다는 자신이 자발적으로 기부의 필요성을 느껴서 기부하길 원하기 때문에, 넷째, 자신은 부자가 아니라 단지 편안한 수준의 재산을 갖고 있을 뿐이라고 생각하기 때문이라고 설명.
- 부자 기부자의 모습을 세 가지 유형으로 정리하는데, 첫째는 즉흥적으로 기부하는 ad hoc givers, 둘째는 기부의 이유를 정확하게 찾아서 이를 확장하는 방식으로 기부하는 strategic givers, 셋째는 개인에게 흥미와 사회적 교류를 제공하기에 기부하는 social givers가 존재한다고 설명.
- 이런 상황에서 가장 필요한 전략은 부자들을 사회문제와 연관시키는 것이고, 다음으로는 사람들과 연계시키는 것이며, 마지막으로 유사한 사람들 및 지역사회 등과 연결시키는 것이라고 설명.

》 Schervish (2003). Gifts and Bequests: Family or Philanthropic Organizations?

- 이 논문은 부의 가족에 대한 이전(transfer) 및 자선기관에 대한 이전(transfer)과 관련된 부유층의 행동, 특히 의사결정에 대한 설명을 추구하는 이론적 논문.
 - 기본적으로 transfer는 타인의 운명에 대한 자신의 이해관계의 발현에서부터 시작한다고; 즉 그는 이를 identification theory라고 칭함.
 - 심리적인 측면에서 재정적 안정감을 갖는 부유층은 자신을 위해 남기는 것, 가족을 위한 유산, 사회를 위한 유산 사이의 trade-off 관계를 수반하는 부의 transfer 관련 제한점들에 의해 크게 영향을 받지 않는다고 설명.
 - 이들은 무조건적으로 세금은 덜 내고, 자녀에게는 많이 남기고, 자선에는 그냥 짜투리를 기부하는 방식으로 유산을 배분하지는 않는다고 설명.
 - 이들은 재정적 조언가들에 의한 조언의 사용과 함께 재정적 계획이라는 구별된 접근 방식을 사용하면서, identification motivation을 토대로 가족과 사회에 대해서 자신의 자원을 충분하게 유용하게 활용하고자 하는 경향을 갖고 있다고 설명.
 - 이 논문은 무조건적으로 세금 등의 외재적 기제가 부의 사회적 transfer의 동기가 될 것이라는 경제적 이론에 대해서 세분화된 설명과 보완이 필요함을 제기하는 논문.

》 Shirley Sagawa (2001). Working with Today's New Donors

- 상대적으로 최근에 부자가 된 사람들, 즉 나이가 젊은 부자들에 대한 분석
 - 자선을 위한 동기로 자신의 행운을 사회에 환원하고자 하는 동기를 갖고 있는데, 이는 전통적 부자의 기부 동기와 차이가 없다고 설명.
 - 동기와 관련해서, 차이를 만들어 낼 수 있다는 믿음의 동기를 Schervish는 hyper-agency로 칭하는데 새로운 젊은 나이의 기부자들의 많은 수가 그런 경향성을 높게 지니고 있다고 설명.
 - 이들이 자선과 자선기관들을 보는 관점의 저변에는 사회를 변화시키는 것, 자선의 방식을 보다 혁신적으로 변화시키는 것을 깔고 있다고 설명.
 - 그렇기 때문에 이들이 자선기관에 원하는 것으로는, 첫째, 자선에 대한 평가와 결과, 둘째, 자선으로 투자된 재정의 행정비용으로의 투입이 아닌 실제 프로그램에의 투입, 셋째, 자선의 분명한 목적과 전략, 넷째, 관여하면서 전문성을 적용할 수 있게 하는 등의 자선가의 역할을 실제적으로 가능케 해 주는 것 등이 존재한다고 설명.
 - 동시에 이들에게 호소력을 갖는 자선의 속성으로는 다음과 같은 것을 제시. 첫째, 비전을 갖는 리더, 둘째, 담대한 접근과 체계적인 접근, 셋째, 기부자를 통한 지렛대 효과 창출, 넷째, 다른 기관들과 협력할 줄 아는 것, 다섯째, 규모있는 접근을 위해 프로그램들을 개선해 나가면서 성장조직(growth organization)으로 기능하는 것 등이라고 설명.
 - 이들이 기부과정에서 가장 선호하는 바는 바로 실제적 관여라고 설명.
 - 이들이 선호하는 기부의 방식은 재단이나 기부자 재량의 기금(donor advised funds)이라고 설명.
 - 이들은 자선활동을 행할 때, 친구, 동료, 사업파트너 등으로부터의 조언을 받고 있다고 설명.
 - 자선활동을 지속하는데 있어 이들이 필요로 하는 도움은 두 가지 측면에서인데, 하나는 과정적 측면에서이고 다른 하나는 실체적 측면이라고 설명. 먼저 과정적 측면에서는 법적 세무적 조언, 기부방식의 차이에 대한 정보, 적절한 기부방식과의 연계 서비스, 전략적 기획과 연계된 기부, 재단운영에 대한 이해, 가족과

밀접하게 연계된 문제 등에 대한 정보 등이 필요하다고 설명. 다음으로 실제적 측면에서는 보다 구체적인 문제에 집중하는 자선조직들을 구별해 내도록 도와주는 것, 효과적으로 기금을 운용하는 것, 효과적으로 자선조직을 운영하는 것, 사업의 파급효과를 평가하는 것 등에 대한 정보가 필요하다고 설명.

>> Shanton (2003). Marts & Lundy Counsel이라는 자선전략그룹의 책자에서 보고되는 내용

- 1990년대에 부를 축적한 이들, 즉 나이 50대 이하, 중간값 41세의 새로운 부유층의 기부에 대한 논의
 - 이들은 새로운 형태의 자선 (new philanthropy)에 대한 관심과 실천이 지대. 투자에 따른 효과, 파트너십, 그리고 사회적 투자의 관점이 상대적으로 더 높은 경향을 갖는다고 설명.
 - 자신들의 지능, 창의력, 전문성에 기반한 자선에 대한 관심이 지대하다고 설명.
 - 자신들은 영리적 활동에서와 마찬가지로 자선에서도 차이를 만든다는 생각이 크다고 설명.
 - 파급효과를 만들어 낼 수 있다 생각되는 기관들에 대해 집중하면서, 이런 기관들에 대한 신뢰를 기반으로 자선활동을 진행하는 경향이 높다고 설명. 만약 사전에 그런 생각이 들지 않으면, 이들의 자선적 실천에 대한 선택과정에서는 많은 장벽이 존재할 수 있다고 설명.
 - 자선에서의 새로운 방향과 새로운 접근이 이들에게서는 가장 중요한 몰입요인이라고 설명.
 - 이들에 있어 자선적 실천 과정에서의 관여는 매우 중요한 요인이라고 설명.

>> 변은지, 이종은, 이경은 (2008). 우리나라 부유층 기부 수준 영향요인에 관한 연구

- 10억 이상의 자산을 가진 사람들의 기부 의식과 실천에 대한 분석
 - 현금기부의 비중은 82.8%, 시간기부는 29.7%.
 - 기부금의 평균액수는 743만원이고 중간값은 200만원.
 - 기부의 배경으로는 요청이 77.3%로 가장 높고, 지인을 통해서 42.6%, 모임과 종교단체를 통해서 45.4%.
 - 개인의 사회적 책임에 대해서 34.2%만이 그렇게 생각하고 있다고 응답, 어린시절의 나눔의 경험에서는 79.7%가 존재한다고 보고.
 - 기부실천유도와 관련해서, 중요한 것으로는 비전제시, 지속적 보고, 공식적 인정 등의 순이라고 보고.
 - 재산의 형성 중 자신에 의한 노력에 의한 비중의 평균은 82.2%.
 - 경제적 안정도는 10점 만점에 6.93 수준으로 인식하고 있다고 보고.
 - 결론적으로 기부수준에 영향을 미치는 요인을 보면, 모임/종교를 통한 기부를 하는 경우 기부의 수준이 더 높아지고, 경제적 안정감을 높게 인식하는 경우도 그런 경향을 있고, 자신에 의한 자산형성 수준이 높을수록 그런 경향이 있고, 시간기부를 하는 이들의 자선적 기부수준은 더 높아지는 경향이 있고, 그리고 인구사회학적 속성에서는 남성이, 종교를 갖는 경우, 소득이 높을수록 더욱 높은 수준의 기부를 하는 것으로 나타난다고 보고.

○● 3 | 부유층 기부 촉진(philanthropy promotion) 전략에 관한 선행연구 재정리

>> 본 절에서는 우리나라 부유층의 기부 활성화 전략 구상을 위한 정리 차원에서 해외의 부유층 기부 관련 선행 조사연구들에서 제안하고 있는 기부 활성화 전략에 관한 논의들을 재정리해 보고자 함.

>> 우리나라에 앞서 선진 시민사회를 구축한 서구의 국가들에서는 시민사회, 혹은 비영리부문 성장의 원동력이 되는 기부문화 촉진이 매우 중요한 과제로 인식되어 왔으며, 특히 자선적 자본(philanthropic capital)으로서 잠재력이 큰 부유층이 주된 타겟이었음(Johnson et al., 2004).

- 부유층 기부문화가 가장 발달된 미국의 경우, 부유층의 기부 활성화를 위해 기부자 친화적인 세제를 마련하고 기부와 비영리단체의 규제 환경을 개선하였으며, 민간부문에서는 부유층들이 쉽게 접근할 수 있고 다양한 참여와 편리한 기부가 가능하도록 지역사회재단을 적극 활용하고 기부자 조언 기금(donor advised fund)이나 다양한 계획기부(planned giving) 형식의 기부수단(vehicle) 등을 개발해왔음(TPI, 1997).

- 최근에는 1990년대 경제호황과 더불어 막대하게 축적된 부의 세대 간 이전(intergenerational wealth transfer)에 초점을 두고, 이전 과정에서 부유층들이 기부를 고려할 수 있도록 하기 위한 노력들이 증대되고 있음(Havens & Schervich, 2003; Johnson et al., 2004).

>> 부유층의 기부 활성화를 위한 지식기반 구축 노력의 일환으로 지난 10년간 미국과 영국, 호주 등에서 부유층들의 기부에 대한 조사연구가 증대되어옴. 이들 연구는 조사결과를 바탕으로 자국의 부유층 기부 촉진을 위한 전략들을 제안하고 있음.

>> 다음은 미국의 부유층 기부 조사연구들이 제안하는 전략들을 총정리 한 것임. 연구별로 제시되고 있는 주요 전략들을 살펴보면 다음과 같음.

- 미국의 부유층 기부와 관련된 초창기 연구라 할 수 있는 Boston College의 Wealth and Responsibility Study(Schervish & Havens, 2001)에서는 미국 부유층의 기부에 영향을 주는 요인으로 경제적 안정도, 자녀 교육에 대한 관심, 유산 관리 등을 강조하면서, 자선단체와 모금가, 어드바이저들에게 다음과 같은 전략을 제안함.

- 부유층들이 가족의 기부 정체성을 정립하도록 지원: 부의 책임있는 관리와 자선에 대한 가치 등을 자녀들에게 심어주고자 하는 부유층들에게 부와 기부에 대해 자녀와 소통할 수 있게 자녀와 함께 자선활동에 참여할 수 있도록 하는 노력이 필요하다는 것.
- 자선단체, 모금기관, 어드바이저들의 경우 부유층에게 특히 어필되고 있는 계획기부 상품에 대한 충분한 이해와 정보 갖추고 있어야 한다는 것.

- 지역사회재단들의 부유층 접근 전략 개발을 위해 부유층의 기부동기와 장애, 기부행동의 특징, 전문 자문가

들(professional advisors)의 기부자문 등을 연구한 Community Foundation R&D Incubator(2002)는 부유층의 기부동기와 장애, 기부행동의 특징, 전문 자문가들(professional advisors)의 기부자문 등에 대한 연구를 통해 특히 지역사회재단들이 보다 효과적으로 부유층 기부자를 개발할 수 있는 전략들을 제안하고 있음.

- 재단의 이사들을 적극적으로 활용 : 이사들을 부유층에 대한 접근성을 높이고 이들과 좋은 관계를 구축하기 위한 네트워킹 매체로 활용하라는 것임.
- 기부자와 잠재 기부자들이 자선의 가치와 실천방법들을 공유할 수 있는 장을 제공 : 재단은 기부자와 잠재 기부자들을 한데 모으는 역할을 해야 함을 강조.
- 부유층들이 쉽게 접근이 가능하면서도 실질적인 기부 관련 정보와 도구(tools)를 제공.
- 부유층에 초점을 맞춘 프로모션 : 이를 통해 기부에 대한 부유층의 인식을 제고하고 재단이 가져다 줄 수 있는 차별화된 서비스와 혜택에 대한 홍보를 해야 함을 강조.
- 전문 어드바이저와 함께 부유층에 접근 : 대부분의 부유층들이 법률, 금융, 세무, 회계 등에서 전문 어드바이저로부터 자문을 받고 있으며 이들의 부유층에 대한 영향력이 크기 때문에, 지역사회재단들은 이들과 신뢰관계를 형성하고 함께 부유층을 설득해 나가야 한다는 것임.

● 미국의 대표적인 기부컨설팅사인 The Philanthropy Initiative에서는 부유층 기부자들과 어드바이저들을 대상으로 포괄적인 연구를 진행하였고 그 결과에 기반하여 핵심 아젠다를 제안(TPI, 2000).

- 기부자들을 참여시키고 교육할 수 있는 교육시스템 구축을 제안
- 기부자들의 다양한 이해와 성향을 만족시켜줄 수 있는 보다 새로운 형태의 조직모델 개발을 제안.
- 기부 관련 지식관리 시스템의 구축을 제안.
- 전문 어드바이저 지원.
- 자선단체들의 책임성 윤리 제고.

≫ 부유층 기부에 대한 조사연구는 미국 못지않게 영국과 호주에서도 최근 늘어나고 있는 추세임.

다음은 영국과 호주의 부유층 기부 조사연구에서 제시한 주요 전략들을 재정리한 것임.

● 영국 부유층의 기부에 대한 인식과 동기를 조사한 Edwards(2002)는 영국 부유층은 미국과 달리 기부에 대한 사회적 압력이 약하며 다른 계층과 비슷하게 일회적이고 대개는 작은 규모인 소극적인 기부행태를 보인다고 지적. 영국 부유층의 기부에 대한 인식과 헌신도 제고에 대해 다음과 같은 전략 제안.

- 부유층의 자원봉사 활성화: 부유층들의 기부 이전에 자원봉사에 참여하도록 하는 것이 선행되어야 함을 강조. 이를 통해 부유층들을 그들만의 울타리에서 벗어나게 하고 사회 안에 다양한 욕구에 노출되도록 할 필요가 있음을 강조.
- 기부 습관이 어릴 적부터 형성되도록 하는 전략.

● 전문 어드바이저들의 관점을 통해 영국 부유층의 기부 트렌드를 조사한 MacKensie(2007)는 부유층들의 기부 참여가 늘고 있으며 특히 생전기부가 성장하고 있고, 기부금의 효과적, 효율적 사용에 대한 관심이 증대되고 있으며 전문적인 기부자문서서비스에 대한 욕구가 커진다면서 영국 부유층의 기부문화에 대한 보다 긍정적인 전망을 내놓음. 이러한 연구결과를 기반으로 다양한 주체들에게 부유층 기부문화 변화를 위한 제

안을 제시하고 있음.

- 개인 자선가 : 전문 어드바이저들이 제공하는 다양한 기부서비스를 적극 활용하고 동료, 지인들에게 기부를 장려할 것을 권고.
 - 전문 어드바이저 : 기부자문 서비스를 확대할 것을 제안.
 - 자선단체 : 기부자들에게 기부에 대해 보다 공개적으로 말하도록 독려할 것을 제안.
 - 미디어 : 보다 자주 객관적인 기부사례를 보도할 것을 당부.
 - 정부 : 모든 기부자들을 환영하고 그들의 헌신을 인정한다는 긍정적인 메시지를 대중에게 전달하면서 자선단체들에 대한 규제 및 행정상의 부담을 최소화할 것을 제안.
- 호주 부유층 기부활성화 전략을 위해 미국과 영국, 호주의 기부현황 및 환경에 대해 비교연구를 했던 Tracey(2004)는 부유층 기부자를 개발하는데 있어 다음과 같은 사항들을 고려해야 한다고 주장.
- 부유층에게 기부 외에 개인적으로 그리고 즐겁게 참여할 수 있는 기회를 제공.
 - 모금에 있어 사회 리더와 모범적인 기부자들의 활용.
 - 부유층에게 영향을 미칠 수 있는 지위에 있는 사람들과 어드바이저들에 대한 훈련 제공.
 - 기부에 대한 세금 인센티브 마련.
 - 모범적인 기부자에 대한 시상제도 마련.

[표 1] 부유층의 기부에 영향을 주는 요인

구 분	내 용
주요 기부 동기	사회 문제에 대한 강한 애착 및 동일감 (identification)
	정부의 제한적 역할로 인한 비영리부문의 중요성 인식
	자손들이 대대손손 활동할 수 있는 장 마련
	옳은 일을 한다는 도덕적 의무감
	시민으로서의 사회적 책임의식
	귀감이 되는 모범적 사례/ 인물
	나의 이름/나만의 업적을 남김
	사회 환원적 의식
	어린 시절 경험
	가족 전통
	아실현
	사회적 상호호혜성
	사회적 인정(recognition)
	사회적 교류와 관여(association)
	상속자에 대한 기금 제한
	단체와의 개인적인 경험
	세금 혜택
	비즈니스 상의 이익
	경제적 능력/ 여유
	요청에 대한 반응
종교의 영향	
공통적인 장애요소	기부가 생산적이고 가치 있게 운용되는지에 확신부족
	기부해야 하는 강력한 동기를 찾지는 못함
	기부에 대해 알아보고 생각할 시간이 없음
	미래의 가계 상황에 대한 불확실함
	재단/비영리단체/ 자선단체에 대한 신뢰부족
	경제적 불안정감(스스로 부자라고 인식하지 않음)
	사회적 문제에 대한 책임감을 느끼지 못함
	가족 구성원의 반대
	기부대상/ 기부처/ 기부방법/절차 등에 대한 정보부족
	기부로 인한 사회적 파급효과 대한 이해/확신 부족
	주위에도 도와야 할 사람이 많음
	부유층 기부의 모델이나 성공사례 부족
	부유층의 기부에 대한 사회, 언론의 부정적 인식
	세제, 명예 등 기부에 따른 사회적 보상/혜택이 없음
	한번 기부의 기부로 인해 더 많은 요청이 들어올 것을 염려
특정 단체나 사회적 이슈와의 연계가 부족	

제3장

부유층 기부 인식 및 행동에 대한 서베이 분석

1. 기술분석 결과

2. PLS 분석결과

제3장 | 부유층 기부 인식 및 행동에 대한 서베이 분석

○● 1 | 기술분석 결과

1) 조사응답자의 인구사회학적 특성과 자산 및 소득 특성

>> 인구사회학적 특성

[표 2] 조사응답자의 인구사회학적 특징 (단위: 명, %)

구 분		빈도	비율	구 분		빈도	비율	
성별	남성	44	66.7	음식, 서비스 및 유통업	4	6.5		
	여성	22	33.3	미디어/엔터테인먼트업	3	4.8		
연령	30대	8	12.7	기타	11	17.7		
	40대	16	25.4	미혼	5	7.5		
	50대	22	34.9	결혼상태	기혼(현재 배우자 있음)	56	83.6	
	60대	10	15.9	이혼	4	6.0		
학력	70대 이상	7	11.1	사별	2	3.0		
	고등학교 졸업	1	1.5	기독교(개신교)	26	39.4		
	대학교(전문대학 포함) 졸업	37	56.1	가톨릭	13	19.7		
직업	대학원 재학 이상	28	42.4	종교	불교	11	16.7	
	사업가	21	32.3	무교	13	19.7		
	고위관리직	3	4.6	기타	3	4.5		
	전문직	29	44.6	자녀 수	1명	11	18.6	
	기타	7	10.8		2명	30	50.8	
무직	5	7.7	3명		14	23.7		
제조업	8	12.9	4명		4	6.8		
주요 활동분야	건설업	4	6.5	0명	39	66.1		
	금융 및 보험업	5	8.1	손자 수	1명	7	1.7	
	부동산업 및 임대업	9	14.5	(친/외손자)	2명	1	8.5	
주요 활동분야	교육서비스업	8	12.9	3명	5	3.4		
	보건의료업	10	16.1	4명	7	11.8		

- 본 연구는 총 68명의 대상으로 조사를 실시하였으며 조사응답자의 인구학적 특징을 정리해보면 [표 2]에서 제시된 바와 같음.

- 응답자의 성별 분포는 여자가 22명(33.3%), 남자가 44명(66.7%)로 남자가 두 배 이상 높은 비율을 차지

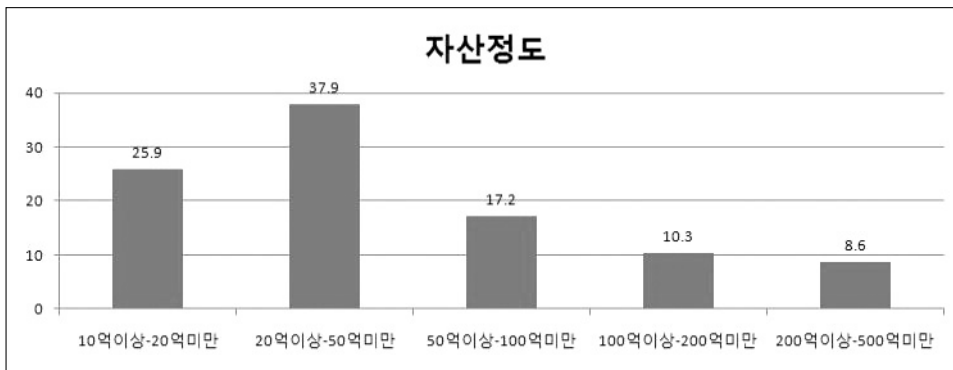
한 것으로 나타났음.

- 연령을 보면 50대 이상이 39명(61.9%)로 절반 이상의 비율을 차지했고, 40대가 16명(25.4%), 30대가 8명(12.7%)인 것으로 나타났음.
- 응답자의 학력 분포를 보면 대학교 졸업이 37명(56.1%)로 절반 이상을 차지했고 대학원 재학 이상이 28명(42.4%)로 높은 비율을 나타내, 대학교 졸업 이상의 고학력자들이 거의 대부분을 차지하고 있음을 알 수 있음.
- 직업에서는 전문직이 29명(44.6%)으로 가장 많았고, 사업가가 21명(32.3%), 기타 7명(10.8%), 무직 5명(7.7%), 고위 관리직 3명(4.6%) 순이었음. 주요 활동분야의 경우에는 기타를 제외하고 보건의료 분야가 10명(16.1%)으로 가장 많았고, 부동산 및 임대업이 9명(14.5%), 교육 서비스업 (12.9%), 제조업이 각각 8명(11.8%) 순으로 나타났음.
- 결혼 상태의 경우, 기혼이 56명(83.6%), 미혼이 5명(7.5%), 이혼이 4명(6.0%)으로 응답자의 4/5 이상이 기혼자인 것으로 나타났음.
- 종교에 있어서는 기독교(개신교)가 26명(39.4%)으로 가장 많았고, 가톨릭과 무교가 각각 13명(19.7%), 불교가 11명(16.7%)인 것으로 조사되었음.
- 자녀수의 경우에 전체 응답자의 절반 정도(50.8%)가 2명의 자녀를 둔 것으로 나타났고, 14명(23.7%)이 3명을, 11명(18.6%)이 1명의 자녀를 둔 것으로 나타났음. 한편, 손자녀의 수를 보면, 손자녀가 없다고 응답한 응답자가 39명(66.1%)로 가장 많았고, 그 다음으로 7명(11.9%)이 손 자녀 1명을 갖고 있었으며, 5명(8.5%)이 손 자녀가 3명이 있다고 응답하였음.

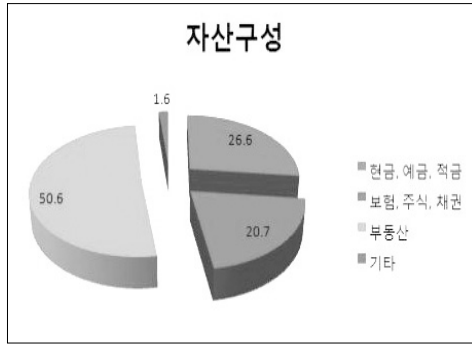
>> 자산 및 소득 특성

- 다음 그림들은 조사응답자들의 자신현황 및 구성 그리고 자신의 부의 원천에 대한 조사 결과를 정리한 것임.

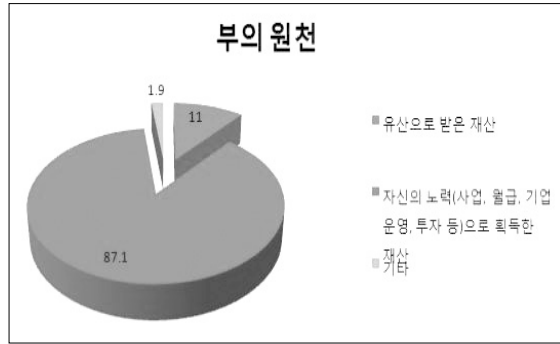
[그림 1] 조사응답자들의 자산정도



[그림 2] 조사응답자들의 자산 구성(%)



[그림 3] 부의 원천(%)



- 조사응답자들의 자산정도를 보면, 20억이상-50억미만이 22명(37.9%)로 가장 많았고, 그 다음으로 10억 이상-20억 미만 15명(25.9%), 50억이상-100억미만 10명(17.2%)의 순으로 나타났음.
- 자산구성에 대해 살펴보면, 자산을 100%로 보았을 때, 부동산이 50.6%로 가장 많은 부분을 차지하고 있으며, 현금/예금/적금이 26.6%, 보험/주식/채권이 20.7% 순이었음.
- 자신의 부의 원천에 대한 질문에 대해, 부의 원천의 합계를 100%로 놓았을 때, 자신의 노력(사업, 월급, 기업 운영, 투자 등)으로 획득한 재산이 87.1%로 가장 많았고, 그 다음으로 유산으로 받은 재산이 11.0%, 기타가 1.9% 순이었음. 조사 응답자의 대부분이 자수성가형 부유층임을 알 수 있음.

[표 3] 조사응답자들의 연간 개인소득

(2008년 기준)

항 목		원
평 균		219,696,429
표준편차		96,997,639
중앙값		150,000,000
최빈값		100,000,000
최소값		35,000,000
최대값		1,000,000,000
사분위수	25	100,000,000
	50	150,000,000
	75	300,000,000

● 2008년 조사응답자들의 연간 개인소득을 살펴보면 <표 3>과 같음.

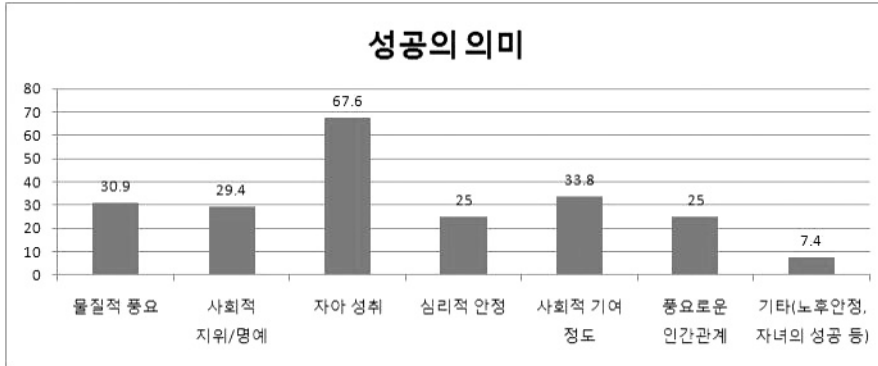
- 최소 3천 500만원에서부터 최대 10억의 분포로 나타났으며, 연간 개인소득의 중앙값은 1억 5천만원이었으며, 평균은 약 2억 1천만원이었음.

2) 부유층의 삶과 사회에 대한 인식 및 태도

>> 성공의 의미

[그림 4] 조사응답자의 성공의 의미

(다중응답, %)



- 조사응답자들에게 성공의 의미를 조사한 결과는 [그림 4]에서 정리된 바와 같으며, 다중응답 분석을 실시했을 때, 총 응답 수는 149명이었음.

- 성공했다는 것은 무엇을 통해 바라볼 수 있는지와 관련해서, 먼저 자아 성취가 67.6%로 가장 많았고, 그 다음으로 사회적 기여 정도가 33.8%, 물질적 풍요가 30.9%, 사회적 지위/명예가 29.4%, 심리적 안정이 25.0%, 풍요로운 인간관계가 25.0%이었음. 이러한 결과를 정리해 보면, 응답자들이 생각하는 성공의 의미에서 가장 중요한 것이 바로 자아 성취이고, 물질적 풍요 이상으로 사회적 기여도를 성공의 중요한 잣대로 생각하고 있음을 인식할 수 있음.

>> 삶의 행복도

[표 4] 조사응답자의 행복도

내용	평균	표준편차	중앙값	최빈값	최소값	최대값
행복도	7.59	1.50	8.0	8.0	1.0	10.0

- 조사응답자의 행복의 수준을 보면, [표 4]에서 제시되는 바와 같음.

- 조사응답자들의 행복도를 10점 척도를 활용하여 측정한 결과, 응답자들의 평균 행복도는 7.59점(표준편차=1.50)로 대다수가 행복하다는 인식을 갖는 것으로 나타남.

>> 경제적 안정도

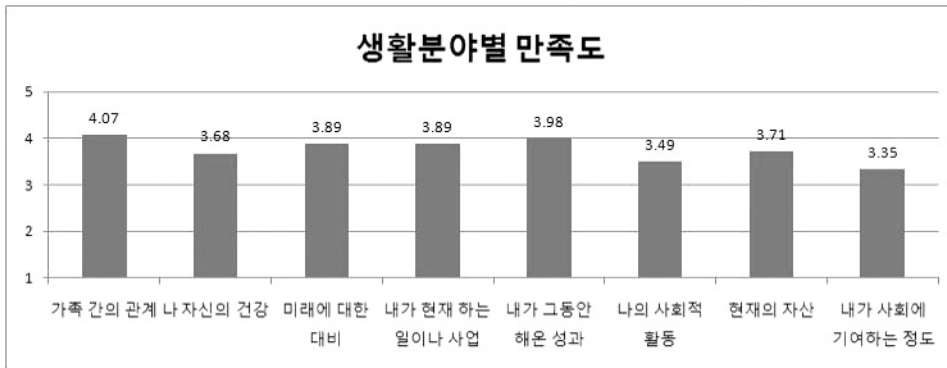
[표 5] 조사응답자의 경제적 안정도

내용	평균	표준편차	중앙값	최빈값	최소값	최대값
경제적 안정도	7.78	1.55	8.0	8.0	3.0	10.0

- 조사응답자들의 행복도를 10점 척도를 활용하여 측정한 결과는 [표 5]에서 제시되는 바와 같음.
 - 조사응답자들의 경제적 안정도를 10점 척도를 활용하여 측정한 결과, 경제적 안정도는 평균은 7.78점(표준편차=1.55)으로 역시 높은 수준의 경제적 안정도를 갖는 것으로 나타났음.
 - 경제적 안정도는 행복도와 유사하긴 하나 다소 더 높게 인식하는 것으로 나타났음.

>> 생활 만족도

[그림 5] 조사응답자의 생활 만족도



- 조사응답자들의 생활분야별 만족도에 대한 조사는 5점 척도를 활용하여 8가지 분야를 중심으로 살펴보았음.
 - '가족 간의 관계'에 대한 만족도는 평균 4.07점(표준편차=.72)으로 가장 높은 수준인 것으로 나타났음.
 - '내가 그동안 해온 일의 성과'와 '미래에 대한 대비', 그리고 '내가 현재 하는 일이나 사업'에 대한 만족도의 경우도 각각의 평균이 3.98점(표준편차=.67), 3.89점(표준편차=.77), 3.89점(표준편차=.77)으로 역시 높은 수준에서 만족하는 것으로 나타났음.
 - '나 자신의 건강' (3.68점), '나의 사회적 활동' (3.49), '현재의 자산' (3.71점), 그리고 '내가 사회에 기여하는 정도' (3.35점)도 평균이 모두 보통(3.00) 수준 이상의 만족도를 갖는 것으로 나타났음.
 - 전반적으로 볼 때, 응답자들은 생활의 다양한 영역에서 두루 만족해하면서 살고 있지만, 가족관계나 자신의 일과 그간의 성과 등 개인적 영역에 비해 사회활동이나 사회기여 등의 사회적 영역에서의 만족도는 상대적으로 다소 낮다는 것을 인식할 수 있음.

>> 복지 인식

[표 6] 부유층의 복지 인식

	평균	표준 편차	1 (전혀 동의하지 않는다)		2		3		4		5 (매우 동의한다)	
			빈 도	비 율	빈 도	비 율	빈 도	비 율	빈 도	비 율	빈 도	비 율
복지인식 종합	3.29	.50										
세금을 더 늘여서라도 복지 예산의 규모를 확대해야 한다	3.26	1.00	3	4.4	13	19.1	20	29.4	27	39.7	5	7.4
우리나라의 빈부격차는 점점 더 커지고 있다	4.28	.72	0	0	1	1.5	7	10.8	30	46.2	27	41.5
사회복지를 늘이면 일할 의욕이 줄어든다★	3.24	1.03	3	4.5	14	20.9	20	29.9	24	35.8	6	9.0
분배보다는 성장이 더 우선이다★	2.59	1.01	10	14.7	26	38.2	18	26.5	10	14.7	4	5.9
빈부격차를 줄이는 것은 정부의 책임이다	3.30	.95	2	3.0	13	19.4	19	28.4	29	43.3	4	6.0
노인부양의 부담은 전적으로 각 가정이 책임져야 한다★	3.64	.93	2	3.0	6	9.0	15	22.4	35	52.2	9	13.4
어린이 보육부담은 전적으로 각 가정이 책임져야 한다★	3.63	1.00	3	4.5	6	9.0	14	20.9	34	50.7	10	14.9
우리 사회는 누구에게나 기회가 주어지는 사회이다	2.94	1.01	4	6.0	20	29.9	23	34.3	16	23.9	4	6.0
빈곤의 원인은 기본적으로 개인에게 있다★	2.76	1.02	4	6.0	29	43.3	16	23.9	15	22.4	3	4.5

★: 역코딩한 문항

● 조사응답자의 복지에 대한 가치지향(value orientation), 즉 복지에 대한 가치와 믿음을 조사함에 있어서 5점 척도를 활용하였음. 하위문항을 종합한 응답자들의 복지인식 평균은 3.29점(표준편차=.50)으로 어느 한 방향으로의 강한 확신은 없으나, 그럼에도 불구하고 정부개인에 대한 당위성은 인정하는 수준인 것으로 나타나고 있음.

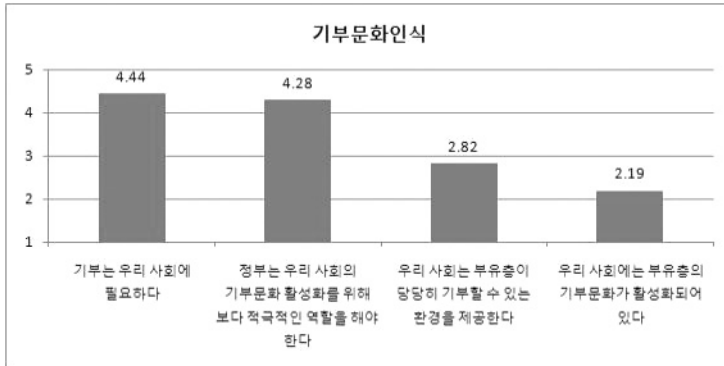
- 하위문항별로 살펴보면, 응답자들은 ‘우리나라의 빈부격차는 점점 더 커지고 있다’는 문항에 4.28점(표준편차=.72)으로 가장 강하게 동의를 하고 있는 것으로 나타남.
- 응답자들이 ‘빈부격차를 줄이는 것은 정부의 책임이다’ (3.30점, 표준편차=0.95)와 ‘세금을 더 늘여서라도 복지예산의 규모를 확대해야 한다’ (3.26점, 표준편차=1.00) 등의 항목에 대해서는 보통 정도의 동의 수준을 갖는 것으로 나타남.
- 한편, 의미의 일관성을 유지하기 위해 역코딩을 행한 문항들을 분석한 결과, 노인부양과 어린이 보육부담의 책임이 전적으로 각 가정에 있다는 생각에 동의하지 않는 것으로 나타났음.
- 또한 역코딩을 행한 문항 중 사회복지를 늘일 때 사람들의 일할 의욕이 줄어든다는 주장과 관련해서 보통 정도의 수준에서 그렇지 않을 것이라는 것에 동의하는 것으로 나타났음.
- 다음으로 빈곤의 원인은 기본적으로 개인에게 있고 분배보다는 성장이 더 우선이라고 생각과 관련해서

그렇다는 것에 동의하는 경향이 높은 것으로 나타났음.

- 정리하면, 사회복지를 위한 정부 개입의 당위성을 인정은 하나, 그럼에도 불구하고 문제의 원인은 기본적으로는 개인이고 이러한 문제에 대해서는 경제 성장을 통한 해결에 주안점을 둘 필요성이 크다는 보수적 시각을 갖는 것으로 나타났음.

>> 기부문화 인식

[그림 6] 조사응답자의 기부문화 인식



● 기부문화에 대한 조사응답자들의 인식을 조사한 내용은 위 그림에서 제시되는 바와 같음.

- 5점 척도를 활용 했을 때 '기부는 우리 사회에 필요하다'는 평균 4.44점(표준편차=.62), '정부는 우리 사회의 기부문화 활성화를 위해 보다 적극적인 역할을 해야 한다'는 평균 4.28점(표준편차=.81)으로 나타났음. 즉, 응답자들은 기부의 필요성과 기부문화 활성화를 위한 정부의 역할을 강조하는 경향이 높음을 인식할 수 있음.
- '우리 사회는 부유층이 당당히 기부할 수 있는 환경을 제공한다'는 질문에 대해서는 평균 2.82점(표준편차=1.18), '우리 사회에는 부유층의 기부문화가 활성화 되어있다'는 질문에 대해서는 평균 2.19점(표준편차 .84)으로 환경적 조성 과 실천의 현황에 대해서는 동의하지 않고 있음을, 즉 응답자들은 우리나라 부유층의 기부 문화와 환경에 대해 다소 미흡함을 인식하는 것으로 나타났음.

>> 사회에 대한 신뢰

[표 7] 조사응답자의 사회 신뢰도

내용	평균	표준편차	중앙값	최빈값	최소값	최대값
사회신뢰도	4.40	1.86	4.0	0.0	0.0	8.0

● 조사응답자들이 우리 사회에 대한 지니는 신뢰도와 관련해서는 10점 척도를 사용하였을 때, 그 결과는 [표 7]에 제시되는 바와 같음.

- 전체 응답자의 신뢰도 점수의 평균값은 4.40점(표준편차 1.86)으로 보통 수준(5점) 보다 다소 낮은 것으로, 즉 우리사회에 대해서 신뢰하는 수준은 아닌 것으로 나타났음.

>> '부유층' 자산기준

[표 8] 조사응답자의 부유층 자산 기준

항 목		자산 기준(억)
평균		82.39억
표준편차		127.114
중앙값		50억
최빈값		50억
최소값		10억
최대값		1000억
사분위수	25	30억
	50	50억
	75	100억

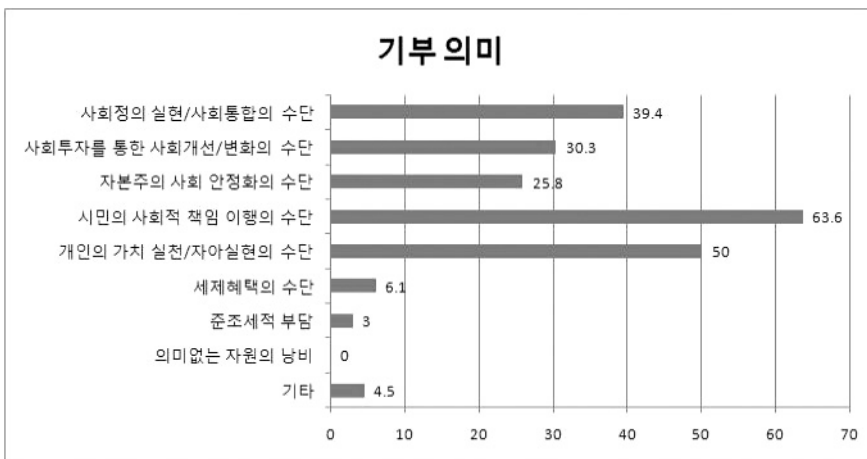
- 조사응답자들이 생각하는 부유층의 기준을 자산기준으로 측정해 보았을 때, 그 결과는 [표 8]에 제시되는 바와 같음.
 - 평균값은 82억 정도이지만, 응답자들의 가장 많은 수가 50억을 우리나라 부유층의 자산 기준으로 인식하고 있는 것으로 조사되었음. 분석결과, 최소 10억에서 최대 1000억의 넓은 분포를 나타내는데, 이는 부유층의 기준에 대한 인식이 각기 너무나도 다를 수 있음을 제시하는 것임.

3) 부유층의 기부에 대한 인식 및 동정적 태도

>> 기부의 의미

[그림 7] 조사응답자의 기부 의미

(다중응답, %)



- 조사응답자들이 생각하는 기부의 의미를 조사해 보았을 때, 그 결과는 [그림 7]에 제시되는 바와 같음.
 - 응답자의 63.6%가 기부를 '시민의 사회적 책임 이행의 수단' 이라고 답했고, 50.0%는 '개인의 가치 실현/자아실현의 수단' 으로, 39.4%는 '사회정의 실현/사회통합의 수단' 으로 인식하는 것으로 나타났음.
 - 응답자들은 기부를 세제혜택의 수단이나 준조세 부담보다는 사회적 책임 이행과 개인의 가치 실현 등의 시각에서 바라보는 것으로 나타났음.

>> 동정적 태도

[표 9] 조사응답자의 동정심

(단위: 점, 명, %)

	평균	표준 편차	1 (전혀 그렇지 않다)		2		3		4		5 (매우 그렇다)	
			빈 도	비 율	빈 도	비 율	빈 도	비 율	빈 도	비 율	빈 도	비 율
동정심 종합	3.93	.39										
나는 종종 나보다 불우한 이들에게 동정과 염려의 감정이 든다	4.19	.50	0	0	0	0	3	4.5	48	71.6	16	23.9
나는 가끔 곤란한 처지에 있는 사람들을 보더라도 그다지 안됐다는 생각이 들지 않는다★	4.03	.70	0	0	3	4.5	6	9.1	43	65.2	14	21.2
어떤 사람들이 이용당하고 있는 상황을 보면 그들을 보호해주고 싶은 마음이 든다	3.92	.62	0	0	2	3.0	9	13.6	47	71.2	8	12.1
나는 대개 타인의 불행에 대해 크게 신경쓰지 않는다★	3.73	.59	0	0	2	3.0	17	25.4	45	67.2	3	4.5
나는 부당한 대우를 받는 사람들을 봐도, 가끔은 측은한 마음이 들지 않는 때가 있다★	3.86	.76	0	0	6	9.1	9	6.1	45	68.2	9	13.6
나는 자주 주변의 일들(선행 등)을 보면서 꽤 감동을 받곤 한다	4.25	.66	0	0	2	3.0	2	3.0	40	59.7	23	34.3
나는 내 자신을 상당히 인정 있는 사람이라고 말할 수 있다	3.48	.70	0	0	4	6.0	31	46.3	28	41.8	4	6.0

★: 역코딩한 문항

- 조사응답자들의 동정적 태도를 조사해 보았을 때, 그 결과는 [표 9]에 제시되는 바와 같음. 조사응답자들의 동정심을 측정하기 위해 5점 척도를 활용하였을 때, 하위문항을 종합한 응답자들의 동정심의 평균은 3.93점(표준편차=.39)으로 상당히 높은 수준인 것으로 나타남.

- 하위문항별로 살펴보면, '나는 자주 주변의 일들(선행 등)을 보면서 꽤 감동을 받곤 한다'가 4.25점(표준편차=.66)으로 가장 높았고, 그 다음으로 '나는 종종 불우한 이웃들에게 동정과 염려의 감정이 든다'(4.19점, 표준편차=.50), '어떤 사람들이 이용당하고 있는 상황을 보면 그들을 보호해주고 싶은 마음이 든다'(3.92, 표준편차=.62) 순이었음.

>> 사회적 책임의식

[표 10] 조사응답자의 사회적 책임의식

(단위: 점, 명, %)

	평균	표준 편차	1 (전혀 그렇지 않다)		2		3		4		5 (매우 그렇다)	
			빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율	빈도	비율
사회적 책임의식 종합	3.40	.33										
우리는 다음 세대에게 보다 좋은 세상을 물려주어야 한다	4.56	.68	1	1.5	0	0	1	1.5	24	35.3	42	61.8
모든 세대는 자신들의 당면 문제를 다른 세대에 기대지 않고 스스로 해결해야 한다★	2.26	.67	15	22.7	28	42.4	14	21.2	9	13.6	0	0
오늘날 우리 사회가 위험에 놓인 것은 서로에 대한 관심과 배려가 적어졌기 때문이다.	3.95	.81	0	0	5	7.6	8	12.1	38	57.6	15	22.7
역사가 증명하듯 사회구성원들 간에 관심과 배려가 적어도 사회는 존속되어 왔다★	3.00	.91	2	3.1	17	26.6	27	42.2	15	23.4	3	4.7
세상은 책임감 있는 시민을 필요로 한다	4.28	.80	0	0	4	6.1	2	3.0	32	48.5	28	42.4
이제 지구 공동체는 국제 정치와 개별 국가를 넘어 활동하는 국제적 기업의 활동에 의존하고 있으며, 이는 바람직한 것이다★	2.54	.97	8	12.3	25	38.5	24	36.9	5	7.7	3	4.6
정부가 사회문제 해결을 위해 얼마나 많이 예산을 투입하느냐에 상관없이 나는 우리사회의 문제 해결을 위해 자선적 기부를 한다	3.74	.69	0	0	5	7.7	11	16.9	45	69.2	4	6.2
자선활동 및 사회를 위한 공익활동 역시 일반시민이나 기업보다는 정부가 나서서 지원해주어야 한다★	2.75	.94	2	3.1	30	46.2	17	26.2	14	21.5	2	3.1

★역코당한 문항

● 조사응답자들 개인의 사회적 책임의식을 측정하기 위해 8개 문항의 5점 척도를 활용하였음. 그 구체적인 내용은 [표 10]에 제시되는 바와 같음. 하위문항을 종합한 부유층의 사회적 책임의식의 평균은 3.40점(표준편차=.33)으로 보통 이상의 사회적 책임의식을 갖고 있는 것으로 나타남.

- 하위문항별로 살펴보면, ‘우리는 다음 세대에게 보다 좋은 세상을 물려주어야 한다’가 4.56점(표준편차=.68)으로 가장 높았고, 그 다음으로 ‘세상은 책임감 있는 시민을 필요로 한다’(4.28점, 표준편차=.80), ‘오늘날 우리 사회가 위험에 놓인 것은 서로에 대한 관심과 배려가 적어졌기 때문이다’(3.95점, 표준편차=.81), ‘정부가 사회문제 해결을 위해 얼마나 많이 예산을 투입하느냐에 상관없이 나는 우리 사회의 문제 해결을 위해 자선적 기부를 한다’(3.74점, 표준편차=.69) 순이었음.

- 역코딩한 문항들을 살펴보면, 응답자들은 자신들의 당면 문제는 다른 세대에 기대지 말고 스스로 해결해야 한다는 생각에는 동의 수준이 낮은 것으로 나타났고, 서로에 대한 관심과 배려가 적을 때 사회의 존속에는 어려움이 있을 수도 있다고 인식하는 것으로 나타났음.
- 공익활동에 대한 지원에 있어서 시민이나 기업의 역할과 함께 정부의 역할도 중요하다고 생각하고 있는 것으로 나타났고, 범지구적 기업 활동이 지구공동체의 존속을 위해 바람직하지 않은 것으로 여길 수는 없다고 인식하는 것으로 나타났음. 즉 응답자들은 공익을 위한 정부의 역할에 대한 수용과 함께 범지구적 기업 활동의 당위성에 대해서도 수용하는 태도를 견지하는 것으로 나타나고 있음.

>> 바람직한 기부모델

[표 11] 조사응답자가 인식하는 바람직한 기부모델

(단위: 명, %)

1순위			2순위			3순위			4순위			5순위		
모델명	빈도	비율	모델명	빈도	비율	모델명	빈도	비율	모델명	빈도	비율	모델명	빈도	비율
빌게이츠	29	40.8	워렌버핏	12	16.9	유일한	6	8.5	문근영	4	5.6	김장훈	3	4.2
												록펠러		

- 응답자들이 생각하는 국내 혹은 해외의 성공한 부자 가운데 바람직한 기부모델로 생각하는 인물에 대한 물음에 대해서는 <표>에서 정리되는 바와 같이 응답하였음.

- 전체 응답자 중 40.8%가 빌 게이츠라고 응답해 그가 기부의 모델로 가장 높은 빈도를 갖는 것으로 나타났고, 그 다음으로 워렌 버핏이 16.9%, 유일한이 8.5%로 그 뒤를 잇는 것으로 나타났음. 응답자들이 생각하는 가장 대표적인 부유층 기부모델로 국외의 인물은 빌게이츠이며 국내의 인물은 유일한인 것으로 나타났음.
- 순위에 포함되지 않는 기부모델로 국내의 인물로는 정주영, 김수환, 이종환, 류근철, 정문술, 성종, 최신원 등이 언급이 되었고, 국외의 인물로는 오프라 윈프리, 록펠러 등이 기부모델로 제시되었음.

4) 부유층의 기부 행동

>> 기부경험

[그림 8] 조사응답자의 지난 3년 이내의 기부경험(%)



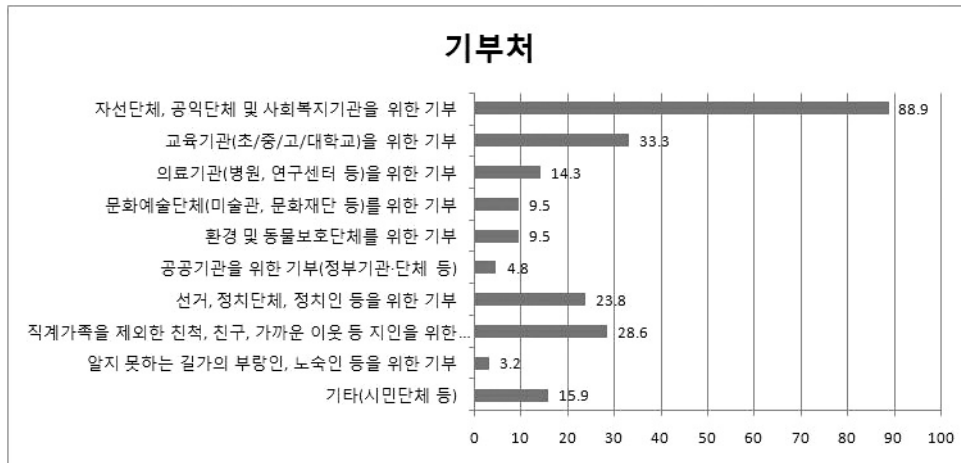
● 응답자들의 지난 3년간의 기부참여행동을 보면, [그림 8]에서 정리되는 바와 같음.

- 지난 3년간 조사응답자들의 기부참여 경험에 대한 응답 내용을 보면, 응답자 66명 중 95.5%인 63명이 기부참여 경험이 있다고 응답하였음. 즉 대부분의 응답자들이 기부를 행하고 있는 것으로 나타남.

》 기부처

[그림 9] 조사응답자의 기부처

(다중응답, %)



● 응답자들의 기부처를 살펴보면, [그림 9]에서 정리되는 바와 같음.

- 다중응답 분석을 실시했을 때, 총 응답 수는 146이었고, 응답 내용을 정리해 보면 자선단체, 공익단체 및 사회복지기관을 위한 기부(88.9%)가 가장 많았고, 다음으로 교육기관을 위한 기부(33.3%), 직계가족을 제외한 친척, 친구, 가까운 이웃 등 지인을 위한 기부(28.6%)의 순인 것으로 나타남.

》 순수 자선적 기부의 규모

[표 12] 조사응답자의 순수 자선적 기부의 규모

	2006	2007	2008	3년 평균
평 균	1억 578만원 (1,278만원)*	2,010만원 (2,044만원)*	2억 1,836만원 (2,730만원)*	1억 1,475만원 (2,017만원)*
표준편차	71466.54	4433.11	146866.56	72717.17
중앙값	400만원	500만원	800만원	700만원
최빈값	100만원	0만원	1,000만원	100만원
최소값	0만원	0만원	0만원	0만원
최대값	55억원	3억원	113억원	56억 13만원
사분위수				
25	100만원	100만원	150만원	150만원
50	400만원	500만원	800만원	700만원
75	2,000만원	2,000만원	2,000만원	2,566만원

주(*): 각 년도(2006, 2008년)의 극단값을 제외한 평균 기부규모

- 응답자들의 지난 3년간 기부규모에 대해 살펴보면, [표 12]에서 정리되는 바와 같음.
 - 2006년에는 최소 0원에서 최고 55억 원까지 기부를 한 것으로 나타났으며, 평균값은 1억 578만원, 중앙값은 400만원으로 나타났음.
 - 2007년에는 최소 0원에서 최고 3억 원까지 기부한 것으로 조사되었으며, 평균값은 2,010만원, 중앙값은 500만원으로 나타났음.
 - 2008년의 경우에는 최소 0원에서 최고 113억원 까지 기부한 것으로 조사되었으며, 평균값은 2억 1,836만원, 중앙값은 800만원인 것으로 조사되었음.
 - 2006년~2008년간의 3년 평균 기부규모를 보면, 평균 1억 1,475만원 그리고 중앙값으로는 700만원이 기부된 것으로 나타났음. 해마다 기부규모의 평균값이 중앙값을 훨씬 웃도는 것은 일부 거액기부자들의 기부규모에 의한 영향이기 때문에 지난 3년간의 중앙값을 보면 400만원~800만원 사이로 응답자들의 기부규모는 월에 대략 50만원 정도의 수준인 것으로 정리해 볼 수 있을 것 같음.

>> 종교기부 규모

[표 13] 조사응답자의 종교기부규모

	2006	2007	2008	3년 평균
평 균	709만원	826만원	624만원	703만원
(종교기부자 1인당 평균)	(1,016만원)	(1,153만원)	(865만원)	(1011만원)
표준편차	1736.57	2161.06	1265.42	1466.52
중앙값	100만원	100만원	150만원	150만원
최빈값	0만원	0만원	0만원	0만원
최소값	0만원	0만원	0만원	0만원
최대값	1억원	1억 3,000만원	7,000만원	7,000만원
사분위수	25	0만원	0만원	0만원
	50	100만원	100만원	150만원
	75	500만원	500만원	533만원

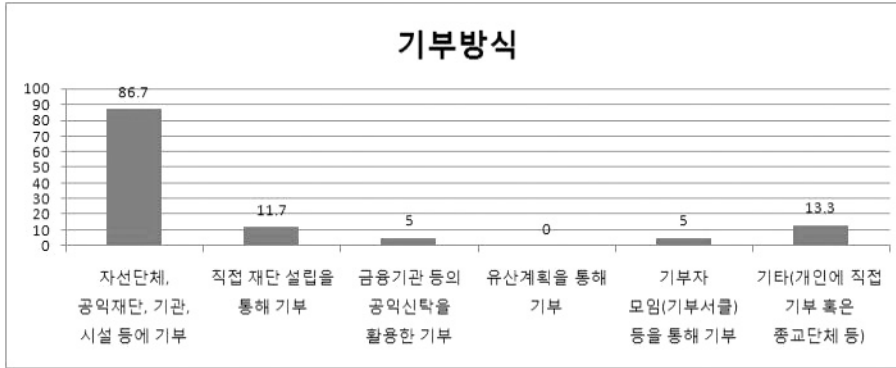
- 응답자들의 지난 3년간 종교적 기부규모에 대해 살펴보면, [표 13]에서 정리되는 바와 같음.
 - 2006년에는 응답자들이 최소 0원에서부터 최고 1억원까지 종교기부를 한 것으로 나타나며, 평균은 709만원, 중앙값은 100만원인 것으로 나타났음.
 - 2007년에는 응답자들이 최소 0원에서 1억 3,000만원까지 종교기부를 하였으며, 평균값은 826만원, 중앙값은 100만원인 것으로 나타났음.
 - 2008년의 경우에는 응답자들이 최소 0원에서 7,000만원까지 종교기부를 했고, 평균 624만원, 중앙값은 150만원인 것으로 나타났음.
 - 지난 3년간의 종교기부규모를 보면, 평균이 703만원, 중앙값은 150만원 정도인 것으로 나타났음.
 - 한편, 응답자 중에는 무교가 20% 가량 포함이 되어 있어 종교적 기부와는 무관할 수 있기 때문에, 종교기부를 한 응답자들만 놓고 분석해 봤을 때 종교적 기부규모는 2006년에는 평균 1,106만원, 2007년에

1,153만원, 2008년에 865만원이고, 3년간의 평균은 1,011만원으로 전체 응답자의 종교적 기부 규모보다 다소 높은 것으로 나타남.

>> 기부방식

[그림 10] 조사응답자의 기부방식

(다중응답, %)



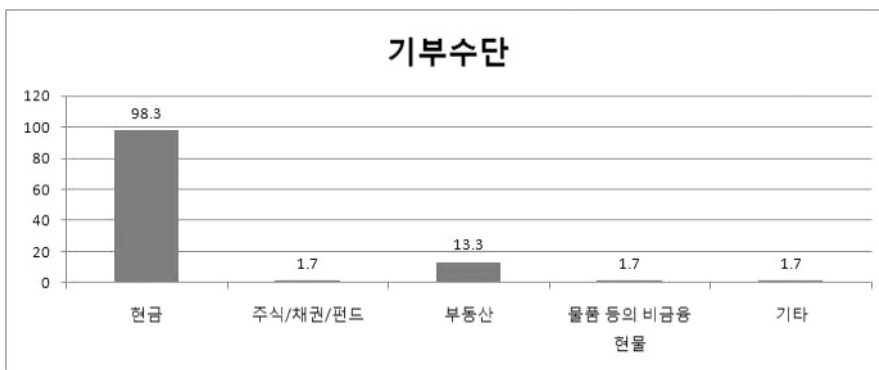
● 응답자들의 기부방식에 대해 살펴보면, [그림 10]에서 정리되는 바와 같음.

- 기부방식과 관련하여 응답자들은 86.7%가 ‘자선단체, 공익재단, 기관, 시설 등’에 직접 기부하는 것으로 나타났으며, 그 다음으로 ‘기타(개인에 직접 기부 혹은 종교단체 등에 기부)’가 13.3%, ‘직접 재단 설립’이 11.7% 순인 것으로 나타났음.
- ‘금융기관 등의 공익신탁을 활용’, ‘기부자 모임(기부클럽)’의 방식은 각기 5.0% 정도로 매우 낮은 수준인 것으로 나타났음.
- ‘유산계획’을 통한 기부방식은 아무도 실천하지는 않고 있는 것으로 나타났음.

>> 기부 수단

[그림 11] 조사응답자의 기부수단

(다중응답, %)



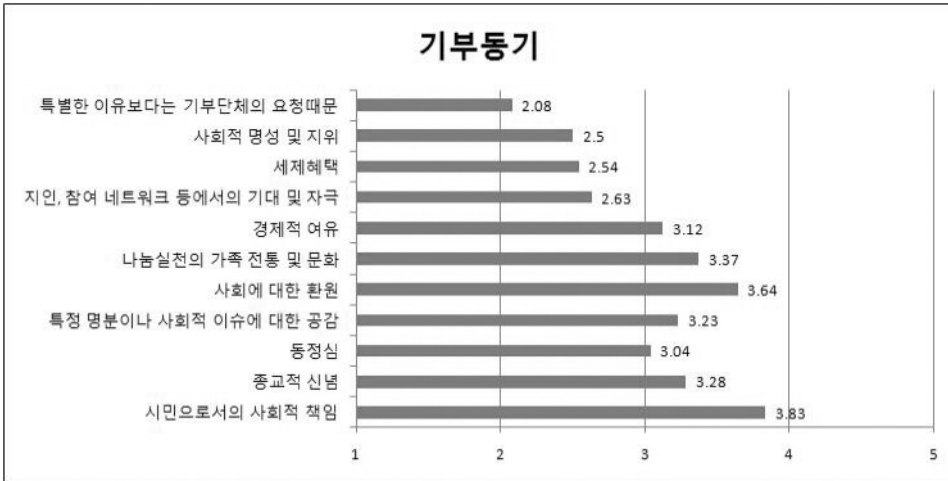
● 응답자들의 기부수단에 대해 살펴보면, [그림 11]에서 정리되는 바와 같음.

- 응답자들의 기부수단을 보면, 98.3%가 현금기부를 하는 것으로 나타났음.
- 그 밖의 기부수단으로는 부동산 기부가 13.3%를 차지했는데, 응답자들의 대부분이 고액자산가들이고 특히 부동산이 전체 자산의 반 이상을 차지하고 있음에도 불구하고 부동산 기부의 실행은 낮은 편인 것으로 나타남.

- 한편, 우리나라의 제도적 환경 상 아직까지는 기부가 용이하지 않을 수 있는 주식/채권/펀드 등의 기부는 그 활용도는 매우 낮은 것으로 나타남.

>> 기부 동기

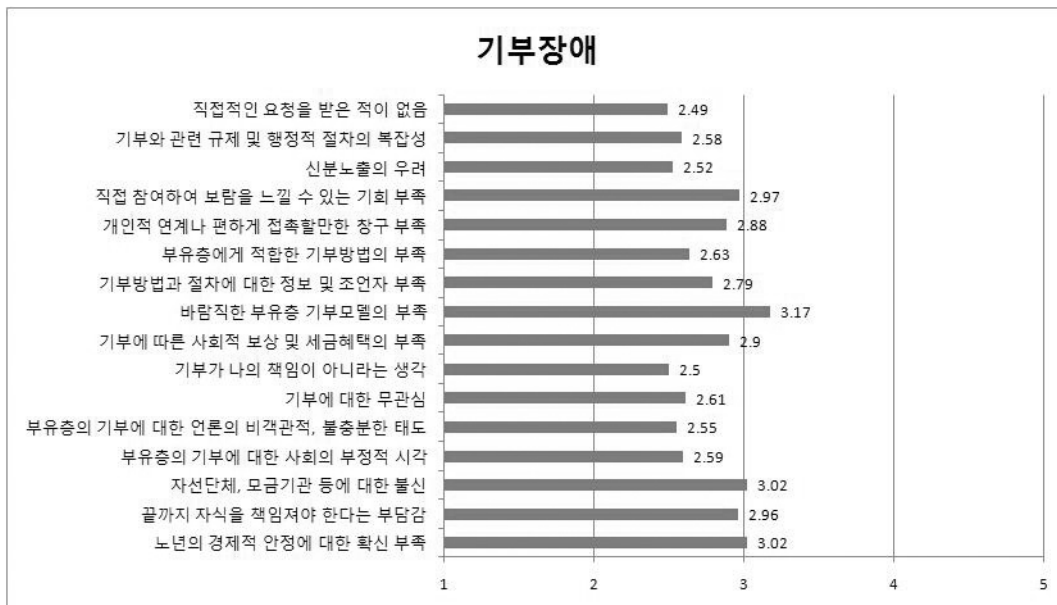
[그림 12] 조사응답자의 기부동기



- 응답자들의 기부동기를 5점 척도를 사용하여 조사한 결과는 [그림 12]에서 정리되는 바와 같음.
 - 각 기부 동기 문항들에 대한 인식수준을 살펴보면 '시민으로서의 사회적 책임'이 3.83점(표준편차=.90)으로 가장 높게 나타났음. 그 다음으로 '사회에 대한 환원'이 3.64점(표준편차=1.08), '나눔실천의 가족 전통 및 문화(어린 시절의 경험)'가 평균 3.37점(표준편차=1.01)으로 상대적으로 높은 수준인 것으로 나타났음.
 - 외재적 동기에 해당할 수 있는 세제혜택이나 사회적 명성 및 지위 등은 그다지 큰 기부동기가 못 되는 것으로 나타났음.
 - 일반인의 경우에서 가장 높게 나타나고 있는 기부단체의 요청은 그 동기 수준이 가장 낮은 것으로 나타남.

>> 기부 장애

[그림 13] 조사응답자의 기부장애



- 응답자들의 기부 장애인식을 5점 척도를 사용하여 조사한 결과는 [그림 13]에서 정리되는 바와 같음.
 - 각 기부 장애 문항들에 대한 인식 수준을 살펴보면, '바람직한 부유층 기부모델의 부족'이 3.17점(표준편차=1.22)으로 상대적으로 큰 장애요인인 것으로 인식하고 있는 것으로 나타남.
 - 그 다음으로 '노년에 경제적 안정에 대한 확신 부족' (3.02, 표준편차=1.10)과 '자선기관, 모금기관에 대한 불신' (3.02점, 표준편차=1.06), '직접 참여하여 보람을 느낄 수 있는 기회 부족' (2.97, 표준편차=1.03), '끝까지 자식을 책임져야 한다는 부담감' (2.96, 표준편차=1.18) 등은 보통 정도의 장애요인인 것으로 나타남.
 - 한편, '신분 노출의 우려' 나 '자선단체, 모금기관 등에 대한 불신' 등은 상대적으로 낮은 수준의 장애요인인 것으로 나타남.

>> 기부 만족도

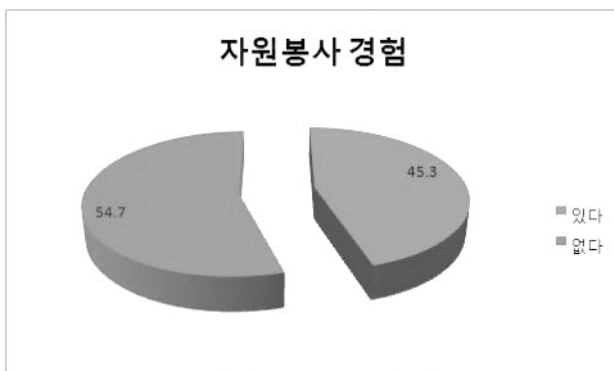
[표 14] 조사응답자의 기부만족도

내용	평균	표준편차	중앙값	최빈값	최소값	최대값
기부만족도	6.47	2.42	7.0	7.0	1.0	10.0

- 응답자들의 기부 만족도를 10점 척도를 사용하여 조사한 결과는 [표 14]에서 정리되는 바와 같음.
 - 기부를 한 경험이 있는 조사응답자들의 기부에 대한 만족도를 분석해 보면, 평균 6.47점(표준편차=2.42)으로 전반적으로 봤을 때 응답자들은 보통 이상의 수준에서 만족하고 있는 것으로 나타남.

>> 자원봉사 경험

[그림 14] 조사응답자의 지난 3년간의 자원봉사 경험(%)



- 응답자들의 지난 3년간의 자원봉사 경험을 조사한 결과는 [그림 14]에서 정리되는 바와 같음.
 - 응답자들의 지난 3년간의 자원봉사 경험을 분석해 본 결과, 자원봉사 경험이 있는 응답자는 45.3%로 반에 못 미치는 것으로 나타났음.
 - 자원봉사참여에 대한 이러한 응답과 자선적 기부에서의 참여도를 비교해 보았을 때, 자선적 기부를 행하는 이들의 반 정도는 자선적 기부와 자원봉사를 병행하는 경향이 있으나, 나머지 반 정도는 자선적 기부만을 행하는 상황임을 제시해 줌.

5) 부유층의 향후 기부계획 및 기부 관련 욕구

>> 향후의 기부 의향

[그림 15] 조사응답자의 향후 기부 의향(%)

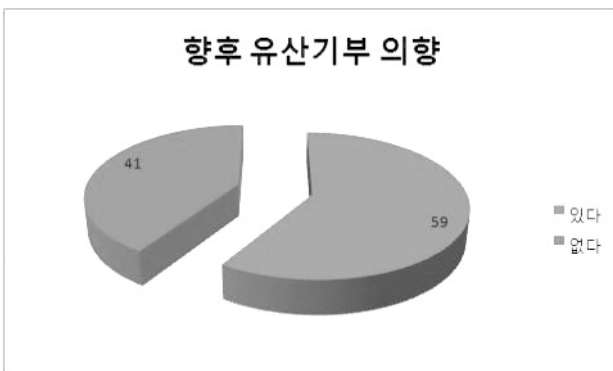


- 응답자들의 향후 기부 의향은 [그림 15]에서 정리되는 바와 같음.

- 향후 기부 의향에 대한 조사 결과를 보면, 전체 응답자 중 98.5%, 즉 거의 대부분의 응답자들은 앞으로도 지속적으로 기부할 의향을 가지고 있는 것으로 나타남.

>> 향후 유산기부 의향

[그림 16] 조사응답자의 향후 유산기부 의향(%)



- 응답자들의 향후 유산기부 의향은 [그림 16]에서 정리되는 바와 같음.

- 조사응답자들의 향후 유산기부에 대한 의향을 보면, 전체 응답자 가운데 59%로 그러한 의향을 갖는 것으로 나타남. 응답자들의 유산기부에 대한 인식이 상당히 높은 수준임을 시사해 줌.

>> 향후 유산기부 비중

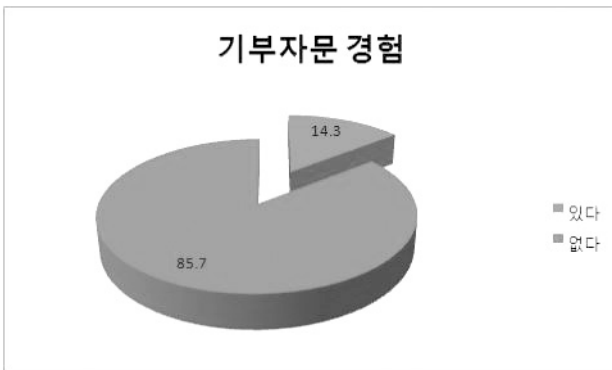
[표 15] 조사응답자의 향후 유산기부 비중 예상

항 목		(%)
평 균		26.77
표준편차		20.46
중앙값		20.00
최빈값		50.00
최소값		.20
최대값		70.00
사분위수	25	10.00
	50	20.00
	75	50.00

- 응답자들의 향후 유산기부 비중은 [표 15]에서 정리되는 바와 같음.
 - 응답자들 중 향후 유산기부를 할 생각이 있다고 응답한 사람들의 유산기부 비중을 살펴보면, 즉 향후에 유산기부 의향이 있는 경우 전체 재산의 어느 정도까지 기부할 수 있는지를 물어보았을 때, 최소 0.2%에서 최고 70%까지의 응답분포를 갖는 것으로 나타남. 평균적으로는 재산의 26.77%, 즉 1/4 정도, 중앙값으로는 20% 정도를 유산 기부할 수 있다고 응답하는 것으로 나타남.

>> 기부자문 경험

[그림 17] 조사응답자의 기부자문 경험(%)

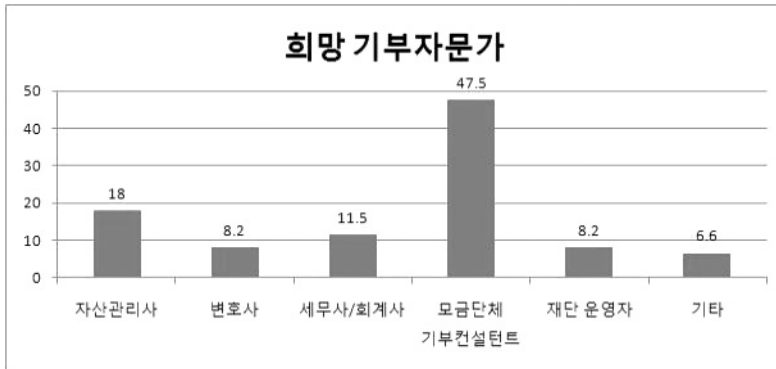


- 응답자들의 기부자문의 경험을 살펴보면, [그림 17]에서 정리되는 바와 같음.
 - 기부자문을 받은 경험이 있는가 여부를 조사한 결과, 전체 응답자의 85.7%인 54명이 기부자문을 받은 경험이 없다고 응답하였고, 14.3%만이 기부자문을 경험하였다고 응답함. 이러한 결과는 기부금의 규모와 관련 있을 것으로 생각됨.

>> 희망 기부자문가

[그림 18] 조사응답자의 희망 기부자문가

(다중응답, %)

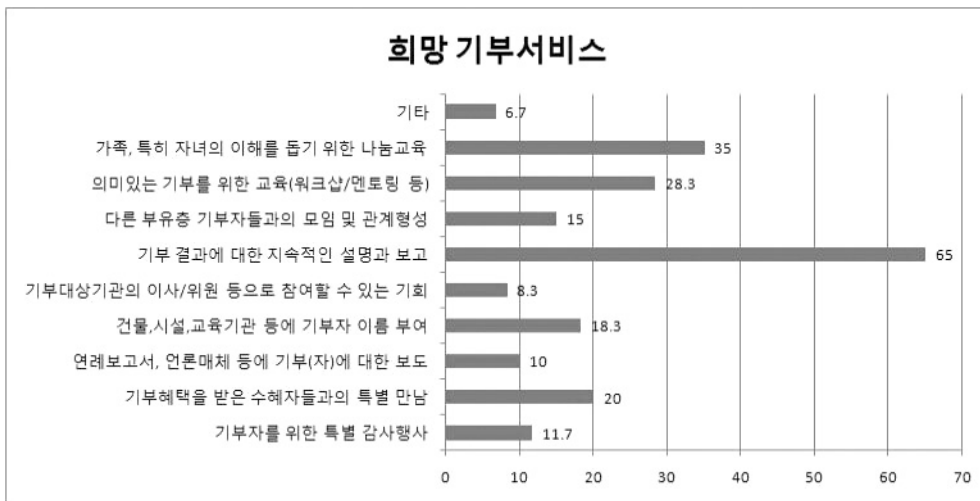


- 응답자들이 누구로부터 기부자문을 받고자 하는지를 살펴보면, [그림 18]에서 정리되는 바와 같음.
 - 누구를 희망하는 기부자문가로 선호하는지를 살펴보면, 절반가량(47.5%)의 응답자가 모금단체 기부컨설턴트로부터 자문받기를 희망하는 것으로 나타났으며, 그 다음이 자산관리사(18.0%), 세무사/회계사(11.5%), 재단 운영자(8.2%) 등의 순이었음. 자산관리사, 변호사, 회계사 등의 전문 어드바이저(Professional Advisors)에 많이 의존을 하는 서구의 경우와는 달리 우리나라 응답자들은 모금단체로부터 직접적인 자문을 제공받기를 바라는 것으로 나타남.

>> 희망하는 기부서비스

[표 16] 조사응답자의 희망 기부서비스

(다중응답, %)



- 응답자들이 기부와 관련해서 희망하는 서비스에 관해 살펴보면, [표 16]에서 정리되는 바와 같음.
 - '기부 결과에 대한 지속적인 설명과 보고'가 65.0%로 가장 높은 비중을 차지하고, 다음으로는 '가족, 특히 자녀의 이해를 돕기 위한 나눔교육'이 35.0%, '의미있는 기부를 위한 교육(워크샵/멘토링 등)'이 28.3% 순인 것으로 나타남. 즉, 응답자들은 자신의 기부에 따른 결과와 효과 등에 대해 알고 싶어 하며, 보다 효과적인 기부 그리고 자녀의 이해를 위해 기부교육 등을 필요로 하는 것으로 나타남. 이 외에도 응

답자들은 기부혜택을 받은 수혜자들과 직접 만나고 싶어 하는 경향성도 있고, 기부처와 관계를 보다 밀접하게 하고자 하는 경향도 있는 것으로 나타남.

>> 세제개선이 갖는 인센티브에 대한 인식

[표 17] 조사응답자의 세제개선안에 대한 인식

(단위: 점, 명, %)

	평균	표준 편차	1 (전혀 그렇지 않다)		2		3		4		5 (매우 그렇다)	
			빈 도	비 율	빈 도	비 율	빈 도	비 율	빈 도	비 율	빈 도	비 율
사회적 책임의식 종합	3.40	.33										
현금기부 외에도 부동산, 주식 등의 현물기부가 용이하도록 세제가 변화될 경우, 나의 기부가능성은 높아질 것이다	3.61	.78	0	0	4	6.1	26	39.4	28	42.4	8	12.1
소득공제뿐 아니라, 자산공제가 인정되거나 이월공제기간이 확대될 경우, 나의 기부가능성은 높아질 것이다	3.66	.83	0	0	6	9.2	19	29.2	31	47.7	9	13.8

- 응답자들이 인식하는 세제개선을 통한 인센티브가 어느 정도인지를 5점 척도를 통해 살펴보면, [표 17]에서 정리되는 바와 같음.
 - ‘현금기부 외에도 부동산, 주식 등의 현물기부가 용이하도록 세제가 변화될 경우, 나의 기부가능성은 높아질 것이다’ 라는 항목에 대해서는 평균 3.61점(표준편차 .78)으로 긍정적인 것으로 나타났음.
 - ‘소득공제뿐 아니라, 자산공제가 인정되거나 이월공제기간이 확대될 경우, 나의 기부 가능성을 높아질 것이다’ 라는 항목에 대한 평균도 거의 비슷하나 다소 높은 수준인 3.66점(표준편차=.83)으로 긍정적인 것으로 나타났음. 즉, 응답자들은 보다 기부자에게 우호적인 제도적 환경이 보장될 경우, 기부의 가능성을 더욱 제고시킬 수 있는 것으로 나타남.

○● 2 | PLS 분석 결과

1) 분석모형의 구성

>> 외부모형

- 동정적 태도
 - 동정적 태도는 기술적 분석에서 제시된 7개의 문항으로 구성.
- 시민으로서의 사회적 책임의식
 - 시민으로서의 사회적 책임의식은 기술적 분석에서 제시된 8개의 문항으로 구성.

- **가족 및 건강관련 생활 만족도**
 - 가족 및 건강관련 생활 만족도는 기술적 분석에서 제시된 8개의 문항 중 가족에 대한 문항과 건강에 대한 문항으로 구성.
- **일반적 생활 만족도**
 - 일반적 생활 만족도는 기술적 분석에서 제시된 8개의 문항 중 가족에 대한 문항과 건강에 대한 문항을 제외한 6개의 문항으로 구성.
- **경제적 안정도**
 - 경제적 안정도는 기술적 분석에서 제시된 1개의 문항으로 구성.
- **삶의 행복도**
 - 삶의 행복도는 기술적 분석에서 제시된 1개의 문항으로 구성.
- **사회에 대한 신뢰**
 - 사회에 대한 신뢰는 기술적 분석에서 제시된 1개의 문항으로 구성.
- **복지에 대한 인식**
 - 복지에 대한 인식은 기술적 분석에서 제시된 9개의 문항으로 구성.
- **기부문화에 대한 인식**
 - 기부문화에 대한 인식은 기술적 분석에서 제시된 4개의 문항으로 구성.
- **종교성**
 - 종교성은 기술적 분석에서 제시된 지난 3년 동안 매년 지출된 종교헌금의 규모로 구성.
- **기부실천규모**
 - 기부실천규모는 기술적 분석에서 제시된 지난 3년 동안 매년 지출된 자선적 기부의 규모로 구성.
- **기부동기**
 - 기부동기는 기술적 분석에서 제시된 11개 문항으로 구성.
- **기부장애**
 - 기부장애는 기술적 분석에서 제시된 16개 문항으로 구성.
- **자산의 규모**
 - 자산의 규모는 기술적 분석에서 제시된 1개 문항으로 구성.
- **부의 원천**
 - 부의 원천은 기술적 분석에서 제시된 3개 문항으로 구성.
- **자손의 규모**
 - 자손의 규모는 기술적 분석에서 제시된 2개의 문항, 즉 자녀의 수와 손자의 수로 구성.
- **기부만족도**
 - 기부만족도는 기술적 분석에서 제시된 1개 문항으로 구성.
- **향후 유산기부의 설정비중**
 - 향후 유산기부의 설정비중은 기술적 분석에서 제시된 1개 문항으로 구성.

>> 내부모형

● 기부실천규모에 대한 영향요인

- 기부실천규모에 대한 영향요인으로는 동정적 태도, 시민으로서의 사회적 책임의식, 가족 및 건강관련 생활 만족도, 일반적 생활 만족도, 경제적 안정도, 삶의 행복도, 사회에 대한 신뢰, 복지에 대한 인식, 기부문화에 대한 인식, 종교성으로 구성함.

● 향후 유산기부의 설정비중에 대한 영향요인

- 향후 유산기부의 설정비중에 대한 영향요인으로는 기부실천규모, 기부동기, 기부장애, 자산의 규모, 부의 원천, 자손의 규모, 기부만족도로 구성함.

2) 분석결과

>> 내부모형 경로계수 및 t 검증 결과

● 기부실천규모에 대한 영향요인 분석결과

- 지난 3년간의 기부실천규모와 관련해서는 종교성만이 정적인 방향에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났음. 즉 종교적인 기부를 많이 하는 사람일수록 자선적 기부의 규모가 더 큰 형태인 것으로 나타났음.

● 향후 유산기부의 설정비중에 대한 영향요인 분석결과

- 향후 유산기부의 설정비중과 관련해서는 지난 3년간의 기부실천규모, 기부동기, 자산의 규모가 정적인 방향에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났음. 즉 기부실천규모가 더 클수록, 기부동기 수준이 더 높을수록, 자산의 규모가 더 클수록 향후 유산기부에서의 설정비중이 더 높은 것으로 나타났음.
- 아울러서 향후 유산기부의 설정비중과 관련해서 기부장애의 경우에도 정적인 방향에서 통계적으로 marginal 수준에서 유의한 것으로 났음. 기부에 대한 장애요인에 대한 인식이 높을수록 향후 유산기부에서의 설정비중이 더 높은 것으로 나타났음. 이는 유산기부에 대한 의지가 상대적으로 더 강한 상황이기 때문에 장애에 대한 인식이 더 크게 느껴지는 것일 수 있다고 해석 가능하다고 생각됨.

3) 모형검증 결과와 관련된 논의

>> 자선적 기부의 실천규모

● 종교적 기부의 영향력

- 자선적 기부의 영향요인으로 지금까지 알려진 다양한 요인들, 예로 동정적 태도, 시민으로서의 사회적 책임의식, 경제적 안정도, 삶의 행복도, 사회에 대한 신뢰, 정부의 복지적 개입 등에 대한 인식 등은 자선적 기부의 실천규모에 별다른 영향력을 갖지 않는 것으로 나타났는데, 이는 우리나라 부유층의 기부가 아직까지 이러한 요인들에 의해서 변별력을 지닐 수 있을 만큼 활성화되지는 않았기 때문이라 생각됨.
- 종교적 요인의 하나인 종교성만이 통계적으로 유의한 수준에서 자선적 기부의 규모에 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 다음과 같은 해석을 가능하게 한다고 봄. 첫째, 이러한 결과는 우리나라 부유층 중에서 종교적인 기부를 많이 하는 사람은 기부에 대한 습관적 실천이 종교를 통해 강하게 내재화 되어져 왔

기 때문에 그러한 종교적 내연적 실천이 사회적 문제에 대해서도 상대적으로 보다 용이하게 외연화 되어져 그러한 결과를 갖게 되는 것으로 해석됨.

- 이러한 결과는 부유층의 자선적 기부와 관련되어 종교의 역할이 여전히 매우 중요할 수 있다는 사실을 시사해 주고 있음. 즉 종교기관은 부유층의 자선적 기부를 사회화시키고 촉진시키는 촉매제의 기능을 지닐 수 있음을 나타내는 것이기 때문에, 향후 종교기관은 그 구성원들이 종교적 책임뿐만 아니라 사회적 책임도 더 충실히 수행할 수 있도록 지원하고 지지하는 역할을 균형적으로 실천할 과제를 갖고 있음을 나타내는 것으로 해석됨.

>> 향후의 유산기부

● 자선적 기부실천의 규모, 기부동기, 자산의 규모

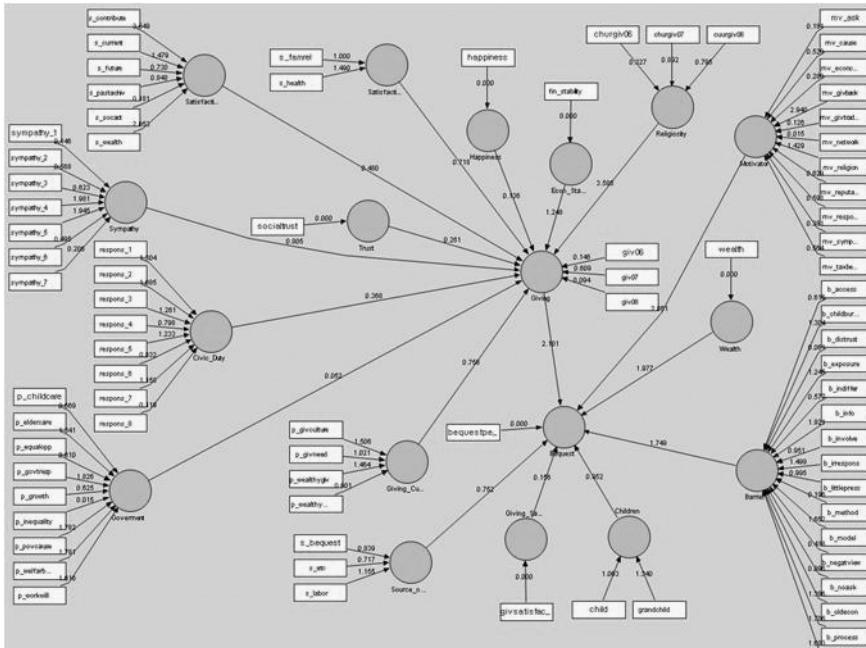
- 현재의 자선적 기부실천 규모가 향후의 유산기부 비중에 영향을 미친다는 사실은 기부는 지속적인 중독적 속성에 기반해서 운영되는 것임을 확인시켜준다고 봄. 그렇기 때문에 부유층의 기부실천을 촉진시켜 기부에 대한 긍정적 경험을 제공하고는 작업은 그 어떤 과제보다 선행되는 과제가 되는 것임을 인식시켜 줌. 이를 위해서는 부유층이 기부실천에의 감염을 경험하게 하기 위한 다양한 전략의 모색이 필요할 수 있음. 예로 선행연구에서 강조하는 바와 같이 부유층의 세분화된 시장에 따라 바라는 바가 다 다르기 때문에, 이러한 세분 시장에 대한 이해를 축적하면서 그들이 자선적 기부를 통해 이루고자 하는 바를 이룰 수 있게 하는 접근 노력이 필요할 것으로 봄.
- 다음으로 기부의 동기가 유산기부의 비중에 영향을 미친다는 사실은 동기화된 부유층이 확실히 존재하기 때문에 이들을 찾아내서 부유층의 기부 동기를 촉발시키는 것이 무엇보다도 중요한 과제가 된다는 것을 확인시켜 주고 있음. 특히 자신의 부의 사회로의 환원 동기가 가장 중요한 것으로 나타났는데, 이렇게 자신이 축적한 부를 사회로 환원하고자 하는 잠재적 부유층을 어떻게 구별해 내고 접근해서 개발시켜 나갈 수 있을 것인지에 대한 고민이 좀 더 체계적으로 전개될 필요성이 있음을 인식하게 함. 이와 관련해서는 무엇보다도 이들과의 접촉과 교육이 필요한데, 이를 위해서는 재산의 사회 환원을 지원하는 신뢰받는 기관과 프로그램의 개발이 보다 적극적으로 모색되어질 필요성이 있음.
- 마지막으로 서구에서와 마찬가지로 자산의 규모가 유산기부의 수준에 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 자산이 많은 이들에 대한 접근과 설득을 통해 우리나라에서도 부유층의 기부문화 제고가 실현될 수 있다는 인식을 갖게 함. 그렇게 되기 위해서는 선행연구들에서 지적하는 바와 같이, 이들에 대한 접근성 제고 전략 차원에서 다양한 접근이, 예를 들면, 동료를 이용한 접근과 설득, 유명 자선가를 이용한 접근과 설득, 재정적 조언을 제공하는 전문가들을 통한 접근과 설득 등의 노력이 보다 적극적으로 필요할 것으로 인식됨. 특히 자산이 많은 이들과의 접촉과 관련해서 무엇보다도 현재 이들에 대한 접근성이 상대적으로 높은 것으로 평가되는 재정전문가들을 활용한 접근 노력이 앞으로 우리나라에서도 보다 적극적으로 모색 되어질 필요성이 있음을 시사해 줌.

● 기부의 장애요인

- 우리나라에서 기부의 장애요인이 존재한다는 것을 크게 인식함에도 불구하고 유산기부의 비중이 결코 작아지지 않는 관계가 존재한다는 사실은 현재 우리나라에서 유산기부에 대한 의지가 확연한 부유층이 일정한 비중으로 존재하고 있음을 나타냄. 특히 기부방법과 절차에 대한 정보에 목말라하는 부유층일수록

유산기부에 대한 의지가 더 강한 것으로 나타났는데, 이러한 결과는 부유층을 대상으로 한 기부에 대한 교육과 가이드 시스템의 확보가 우리나라에서 매우 절실할 수 있는 프로그램임을 인식하게 함. 이러한 결과는 앞으로 우리나라에서도 이와 관련된 노력이 보다 적극적으로 모색되어질 필요성이 있음을 시사해 줌.

[그림 19] PLS: Wealthy Donors



[그림 20] Path coefficients & t-value

	Path Coefficients	T Statistics (O/STERR)
Barrier → Bequest	0.340268	1.749095†
Children → Bequest	-0.136861	0.951571
Civic Duty → Giving	0.034429	0.368318
Economic Stability → Giving	0.05936	1.248008
Giving → Bequest	0.204069	2.101313*
Giving Culture → Giving	0.050363	0.7581
Giving Satisfaction → Bequest	0.010163	0.156498
Government → Giving	0.006952	0.052153
Happiness → Giving	-0.005824	0.136431
Motivation → Bequest	0.316633	2.86068*
Religiosity → Giving	0.91283	3.58632*
Satisfaction1 → Giving	-0.050677	0.718008
Satisfaction2 → Giving	0.044916	0.480179
Source of Wealth → Bequest	0.090889	0.752048
Sympathy → Giving	-0.072132	0.805461
Trust → Giving	0.01375	0.260893
Wealth → Bequest	0.130648	1.976813*

제4장

부유층 기부경험에 대한 질적 분석

1. 부유층은 누구인가?
2. 부유층은 어떻게 기부자가 되는가?
3. 부유층의 기부 동기와 장애는 무엇인가?
4. 부유층의 기부 행동은 어떠한가?
5. 부유층 기부 활성화를 위한 조언

제4장 | 부유층 기부경험에 대한 질적 분석²⁾

○● 1 | 부유층은 누구인가?

1) 부유층의 기준

>> 재산 : 10억원에서 100억원까지?

- 우리나라의 부유층은 재산이 얼마나 되어야 하는지에 대한 질문에 '백만장자(약13억)에서부터 100억원 이상(현금, 부동산 포함)까지 다양한 기준들을 제시함. 100억원 이상의 부유층은 전 국민의 0.5%(약25만명) 정도로 추정할 수 있음.

- 그러나 재산의 구성에 따라서 100억원이 있어도 부자가 아닐 수 있다고 함. 현금을 얼마나 가용할 수 있는지가 부유층의 중요한 기준이 됨.

- 자산관리사(이하 WM: Wealth Manger)의 경우 금융자산만으로, 50억원 정도 운용가능한 부유층을 고객으로 지향하고 있음.

- 금액으로 따지자면 돈이 얼마를 가지고 있는 사람을 부유층이라고 하는지 제가 잘 모르겠어요. 왜그러냐하면 보는 관점에 따라서 다르잖아. 미국 같은 경우 우리 어려서는 부자를 백만장자라고 했어요. 백만 달러면 우리나라 돈으로 13억 정도가 된단 말이야. 미국도 이제 변했어. 부자라고 하면 이백만 불 정도는 돼야 부자라고 한다는 얘기를 들은 적이 있음. 우리에게 있어도 어떤 그런 기준을 설정할 필요가 있다고 보고. (#4)

- 부유층이라고 하면 집도 자기 집이 있고 문화생활이나 여러 생활이 어느 정도 여유가 있어야 하는데 그렇게 50억 가지고 여유가 있지 않다는 것이지. 물론 전세 들어가서 쓰면 얘기가 다르지만 그러면 그런 사람을 누가 부유층이라고 하겠느냐 이거지. 100억은 있어야. (#5)

- 일단 사람들이 마음의 부가 틀린게. 돈이 아무리 많아도 자기가 지속적인 수입이 없으면 사람이 또 마음이 가난해요. 고정자산. 그 다음에 보장된 자산. 또 비상시를 위한 cash 이런거 같은 개념이 있고. 제가 볼 땐 자기가 고정적으로 나온 재산이 세후기준으로 한 2억이 넘고. 그러려면 한 4억 5천이 되야해요. 또 자기가 갖고 있는 cash가 20억 넘고. 재산 전체가 한 100억 정도가 된다. 그러면 우리나라에서 내가 볼 때는 부유하더라고 볼수 있죠. 근데 100억이어도 거지가 많거든요. 부동산 갖고 돈 안 되고 세금내기 급급하고

2) 본 연구에서는 연구참여자의 비밀보장을 위해 질적연구결과 분석 부분의 각 참여자별 진술을 #1~7로 하였고, 포커스그룹 인터뷰는 각 회별로 WM1~4로 표시하여 제시함.

말이죠. 50억 저지 많잖아요. 아파트 50억 짜린데 팔라니까 한방에 30% 양도소득세 날라가고. 그런 거 지들이 많거든요.. 그러니까 2가지로 봐야 될 것 같아요.. 자산성하고 cash flow하고. (#6)

>> 여유: 골프에서 1등석까지?

- 누가 부유층인가에 대한 질문에 대해서 재산의 기준이외에 생활의 여유정도가 기준으로 나타남. 얼마나 여유있는 소비를 할 수 있는가가 부유층의 기준이라는 것.
- WM은 부유층 고객의 공통적 관심사는 70%이상이 골프라고 하였고, 부유층들의 인터뷰에서 골프가 주요한 여가생활의 일부로 나타남.
- 그러나 부유층은 1억이상의 외제차를 소유, 비행기 1등석을 탈 수 있는 여유, 부의 세습의지가 있는지에 따라 수준이 다르다고 함.

- 부유층의 공통적인 관심사가 결국 골프정도라고 봐요. (WM1)

- 도대체 우리나라는 어떻게 부자 수를 보느냐. 근데 뭐 판매하는 사람들 쪽에선 우리나라에 1억 이상의 외제차를 타는 사람의 수. 뭐 10만 세대. 하튼, 뭐 지출을 할 수 있는 사람들. 재산이 있는 거 자체는 뭐 얼마나 있는지는 모르겠지만, 사람마다 소비패턴이 다르니까. 영 다르거든요. 그러니까 뭘 한다 그러면 돈을 써야 되잖아요 이사람이. 그러니까 우리나라는 보통 자동차 쪽을 많이 보는 거 같아요. 근데 진짜 그 사람들이 돈이 많으냐 적으냐는 또 다른 이슈 같아요. 또 과시욕이 많기 때문에. (#3)

- 요즘은 부자가 3단계가 있는데. 하나는 내가 돈이 여유가 있고 사치는 못하지만 돈이 없어서 뭘 못하지는 않는다가 1차 부자같은. 돈이 없어서 외국여행을 가든지 차를 사든지 그게 1번 부자같은. 2번 부자는 조금 사치스럽게 외제차 타고 비행기 타도 first(1등석) 타고 호텔가서 좋은 거 먹을 수 있고, 3번 부자는 이것을 대대로 넘길 생각을 하는 사람. 그렇게 해서 내가 아까 맞춰보니까 대부분 비슷하더라고요. 그게 제가 이제 2번째 3번째 단계의 중간정도의 부자. (#6)

- 부자란 본인들이 부자라고 생각하시는 분들은 별로 없고, 남들보다 좀 여유롭게 생각하시는 정도가 부자지 않나 싶어요.(WM1)

2) 부유층의 유형

>> 1세대(노년층)와 2세대(장년층)

- 부유층 1세대는 주로 노년층(70대이상)으로 사업이나 부동산을 통해 부를 축적하였음. 충성도가 높으며 주위 시선을 많이 의식함. 취미생활도 휴가도 없이 일에만 집중한 세대임. 어렵게 돈을 벌어서 돈을 생명처럼 생각하는 세대로 돈을 아끼고 안쓰는 경향이 강함. 은퇴 후의 연령대로 이미 자식에게 증여를 해주고 좋은 일을 하겠다는 기부에 관심을 보임.

- 부유층 2세대는 교육 잘 받고 외국생활 등으로 소양이 좋으며 일을 열심히 하면서도 삶을 즐기려 함. 전문직이 많고 사업을 이어받지 않는 경우가 많음. 자신들에게 어떠한 이득이 주어지는가에 초점을 두고 더 큰 성공에 목말라 함. 부자들끼리의 모임을 즐기는 경향이 있고 재단이나 기부에 대해서는 아직 적극적으로 생각하지 않는 것으로 보임.

- 1세대분들은 사업이나 부동산을 통해서 부를 축적하신 분들이시고요. 2세대들은 교육도 많이 받고, 외국생활 경험도 풍부하시고 의식이 많이 다르죠. 1세대분들은 아직까지 주위시선을 많이 의식하시고 상당히 자기폐쇄적이다. (WM1)

- 재산이 500억이상 100억이상 현금이 있다고 그러면 재산도 계속 자기들이 지키고 하니까 돈 생활이 바쁘니까 다른 생활의 여유가 없다. 1년에 휴가안가는 분들도 많은데요. 안 즐기시죠. 60대 중반 이상 되는 분들은 정말 일밖에 모르고 살아오셨기 때문에 모든 것을 희생하고 그랬기 때문에 여유가 없지 않나. (WM2)

- 2세대들은 아직까지 완전히 자산이전이 안됐으니까 본인 스스로 할 수 있는 범위내에서 그 정도 하는 수준이고. (WM2)

>> 원래부자형과 자수성가형

- 우리나라의 부유층의 대부분은 자수성가형이라 할 수 있음. 결국 1세대들이 70-80년대를 통해 현재의 부를 이룬 분들이 많음. 자기영역에 대해 내세우지만 주변 친인척 등을 돕는 경향이 강함.
- 최근 IT 붐으로 부를 이룬 젊은 부유층, 전문직 부유층들도 증가하고 있음. 이들은 자산의 보존 욕구 뿐 아니라 증식에 관심이 많음. 재는 것이 많고 베푸는 것도 상대적으로 관심이 적다고 함.
- 원래부자형인 경우는 보존의 욕구가 강하며 노년세대가 많음. 여유가 많으며 나름대로 베푸려고 함.
- 갑작스럽게 부가 축적된 '로또형'의 부유층도 있으나, 기부에 대한 가능성은 극단적으로 낮아. 그러나 상속과 같이 노력없이 받은 재산의 경우는 지키려는 성향이 강하게 나타나고, 어렵게 노력해서 축적한 부일수록 기부할 가능성이 높다고 보기도 함.

- 원래 부자들은 나이드신 분들은 보존 욕구가 상당히 강하시고, 조금해하지 않고 베풀려고 들 많이 해요. 어떤 형태로든. 자기사업에서 번 분일 수록 자산을 더 불리고 싶은 생각들이 많으시고요. (WM1)

- 부잣집 아들은 지금도 부자로 살아. 나보다 훨씬 더 잘 살아. 물론 가진 거는 내가 더 많이 가질 수 있어. 문화 수준, 사는 것은 훨씬 더 잘 살아. 그렇다니까. 어떤 게 옳은 건지 모르겠어. 우리는 겁이나. 호화롭게 살고 그러니까 겁이 난다니까 나 스스로 겁이나. (#4)

- 자수성가하신 분들이 자기 것에 대한 영역들이 훨씬 더 강하고, 내세우기를 아직까지 좀 좋아하시는 분들이 많고 기부라는 형태를 떠나서 주변 친인척이라든지 고향이라든지 많이 도와주시고, 전통적인 부자들은 지금도 여유롭게 남을 도와주려고 하시는 분들이 많은 것 같구요. (WM1)
- 고생을 많이 하고 그런 사람은 기부를 하게 되어 있어요. 쉽게 번 사람은 기부를 안 하지만, 어렵게 번 사람은 기부를 합니다. 절대 그렇습니다. 자기가 어려움을 겪었으니까, 느꼈으니까. 쉽게 번 사람은 오히려 기부를 덜 해요. 한 가지 일을 가지고 계속 집념을 가지고 하는 사람은 기부를 많이 하지요. (#1)

3) 부유층의 특성

>> 부지런한 자린고비의 자신감

- 부자가 되기 위해서는 검소하고 절약하는 생활이 몸에 배어야함을 강조함. 부지런하게 남들보다 더 노력하고 책임감이 강한 생활을 해왔음.
- 자신의 차별화된 노력과 철저한 생활력으로 부를 얻은 부유층들은 자신감이 있음.
 - 공통점이 세 가지가 있어. 첫 째가 뭐냐 하면 짜다 소리를 들어. 그리고 두 번째는 부지런해. 세 번째는 뭐냐 하면 약속은 안 어겨. 그리고 한 가지가 더 있다고 하면 돈 번 사람들을 보면 자신감이 있어. 자기가 하고 있는 일에 대한 내가 대한민국 최고다라는 큰 소리를 쳐. 대게. 왜. 그렇게 살아왔으니까. 그런 사람이기 때문에.(#4)
 - 내가 일을 놔두고는 잠을 못자요. 어느 정도 돈을 쓰고 이래야 되는데 나는 그런 스타일이 못돼요. 책임감이 강한 사람...내가 원래 신청을 하면 어디든지 혜택을 받아요. 단 한 푼도 신청도 안했습니다. 혜택을 안 받았습니다. 그게 내 고집입니다. 내가 지금만큼 능력이 없어도 어떡하던지 내가 하려고 하고, 열차도 공짜로 탈 수 있지만 안합니다. 왜 내가 벌고 능력이 있는데 그런 건 안 누립니다. 그게 내 기본 원칙입니다.(#1)
 - 부를 창출했다 하는 사람들은 남들 놀러갈 때 못 놀러가고 남들 쓸 때 안 쓰고 그래서 속에서 그것이 점점 더 커져가고 그래서 힘을 발휘하고 부를 축적한 것이지. 요즘 밝은 세상에 세금을 떼어 먹어 컴퓨터로 하면 다 나오는데 1원 하나 떼어 먹지도 못해. 오히려 세금 더 내려고 해. 그런 것은 안 했다. 내가 이렇게 보니까 돈을 번 사람들. (#4)

>> 가난과 어려움을 암

- 우리나라의 부유층의 가장 특징적인 경험은 '가난과 어려움'을 안다는 것임. 시대적인 특성으로 누구나 겪어야 했던 전쟁과 가난의 시절은 노년의 부유층이 기부를 하는데 영향을 주고 있음.
- 이제 어릴때부터 사실 내가 어렵게 컸어요.. 20대 조금 못되서 객지에 나와서 하다보니까 너무 내가 어려운 생활에서 터득을 했기 때문에 또 길거리에 뭘 하나 보게 되면 잠이 안와요.. 비참한 그런 일을.. 그래서

안보려고 하고, 가능하면 어떻게 하면 서로 도와서 잘 살 수 있는 그런 길이 있겠느냐.. 그런 생각을 항상 하다가 자식들 뒤 가족을 살리려니 눈코 뜰 사이 없이 객지에 나와서 부모한테도 상속을 받은 것도 없고, 내가 배고픈 사정을 너무 잘 알아요. (#2)

- 저희 세대는 대동아 전쟁, 6.25 사변 다 겪었지 않습니까. 그래서 대동아 전쟁때는 정말 먹을게 없었어요 정말, 두부도 비지도 없었어요. 그건 그렇고 신발 신을 것도 없고 옷도요 저희 영감님은 여기 기어서 어디 나갈 때 바지를 뒤집어서 입고 이제 저희 때는 그랬고, 절약하면서 애들도 추울때 앞에다 다 이렇게 무릎 위에다가 다 대서 다 입히고 그러고 이제 오빠 입던 것들 여동생 입히고 조금 조금씩 모은거죠. (#7)

>> 부를 지키기 위한 근심과 변화노력

- 천석군은 천가지 걱정이 있고 만석군은 만가지 걱정이 있다고 한 것처럼 부유층들은 부를 지키고 실패하지 않기 위해서 늘 걱정하고 전략을 만들어감.
- 부유층들은 사회적으로 다방면에 관심이 많으며, 자신의 철학을 심어주기 위한 노력을 함. 늘 앞에서 이끌 어가는 리더의 위치에 있어 새로운 아이디어를 찾고 변화해나감.
 - 너무 잘 사는 사람도 우리가 겉으로 보는 거 하고 또 달라요. 걱정은 더 있고, 원래 이제 옛날 리어가 끄는 사람이 마음이 더 편하다. 마음 쫓 뭐 세금 낼 일도 없고 누구한테 바칠 것도 없고 그런데 사업이라도 좀 하려면 얼마나 시달리고 집에 가면 파죽음이 되고, 한푼이라도 전략을 써서 어떻게 하든 실패를 안 하려고 하면 밤잠을 잘 수가 없지. 잠 잘 거 다 자고 먹을 것 다 먹고.. 그걸 제대로 성사를 시키는 건 있을 수가 없는 일이에요. (#2)
 - 사회의 다방면에 상당히 관심이 많고 알고 있는 것이 많고, 아는 사람이 참 많아요. 정치 언론 법조계 공무원 등 상류 사회를 안 통하는 데 없이 많이 알고요. 그리고 자기들 생각을 자기 회사, 교육 받은 부유층 사람들은 자기가 운영하고 있는 기업에 자기 철학을 가지고 철학을 심어주기 위한 노력을 많이 한다. 공부도 많이 하고, 아주 급변하는 세계에, IT변화, 정치 변화에 자기가 뒤쳐지면 죽는 다고 생각하기 때문에 항상 앞에서 끌고 가려는 노력이 우리들은 쫓아가기 바쁜 삶이다. 계속 새로운 아이디어를 찾아내고, 변신을 아주 잘한다. (#5)

○● 2 | 부유층은 어떻게 기부자가 되는가?

1) 나는 산타클로스가 아니다

>> 여유가 없어 도울 수 없음

- 부자가 아니라고 생각해서 기부를 할 수도 없다고 생각함. 최소한으로 친인척이나 주위사람들을 도와주었지만 고마워하지 않고 상처만 주었다고 생각함.

- 내가 무슨 돈이 있어. 내가 무슨 부자도 아니고, 본인이 부자가 아니라고 생각해요. (WM3)

- 주위에 어려운 사람도 많은데 누굴 도와줬다가 상처를 받은 사람들도 워낙 많아요. 조금만 빌려주시면 하고 떼먹고 도망가고 그런 사람이 많아요. 그런게 좀 민감하죠. (WM1)

- 친척이런사람들이 있죠. 도와달라는게.. 옛날에는 집에서 어른들이 계시니깐 어른들이 도와드리고 그러고 있었고. 그래요 이제. 마음은 애들 어려운 집 친척집 애들 등록비라도 내주고 싶은 마음이 있는데. 지금 그렇게 크게 여유 있게 형편이 그렇게 못하니깐 선뜻 생활비가 너무 많이 들어가니깐. 수입이 있으면서 지출을 하면은 그런 사람들 좀 도와주면 좋겠는데. 수입은 없고 요새 은행 이자도 전혀 없는거 아닙니까. 어디 고정적으로 나오면 수입만 있어도 그런데에 도와주고 싶어요. (#7)

>> 베푸는게 뭔지 잘 모르겠음

- 그동안 기업을 하면서 직원들 월급주고 주변사람들 일자리 만들어주고 하였지만 그것은 베푸는 것이 아니라고 하니 '베품'에 대해서 고민하게 됨.

- 남한테 베푸는 게 뭐가 있냐. 베푸는 게 내가 돈 벌어가지고 월급주고 그러는데 말이 되냐. 세금도 내고. 그런 것은 베푸는 것이 아니라는 거야. 그건 니가니 욕심 차리려고 하는 것이지 베푸는 것이 아니라는 거야. 김수환 추기경에 비해서 니가 더 많이도 말고 추기경에 비해서 몇 프로냐 베풀었냐 이거야. 그 사람 얘기가 많은 것을 베풀어라 이거야. 베푸는 것의 기준이 뭔지를 모르겠어. 베푸는 것을 자꾸 생각하게 하는 거지. (#4)

>> 세금을 해결하기 위한 기부

- 기부에 대한 생각이 없다가 노년층이 되어서 상속을 고민하는 과정에서 세금 문제를 해결하기 위해 기부를 생각하게 됨.

- 결국은 우리나라 분들이 내 돈은 어떻게 하면 내 자산을 세금없이 자식에게 효율적으로 줄까 고민하다가 나오는 것들이 기부를 같이 생각하게 되는 거죠. 내 돈의 80%는 주고 20%는 어디 좋은데 쓰고 싶다는 얘기를 그 시점에 많이 해요. (WM1)

- 70-80대는 정말 간절해요. 저희고객 중에 뭐가 있냐면 증여세가 많이 늘어나니까 세금으로 내느니 내가 차라리 좋은일에 쓰겠다. 세테크로 생각하는 분이 있다고 생각해요. (WM3)

2) 누구도 떠날 때 가지고 떠날 수 없다

>> 일정한 단계에 섬

- 일정한 부의 단계에 들어섰다고 생각되면서 기부에 대한 생각을 시작하게 됨. 더욱이 노년기 부유층의 경우 삶을 되돌아보며 자신이 하고 싶었던 것을 생각하며 주변의 기부행동에 영향을 받게 됨.

- 얼마라고 정확히 제가 따져본지는 좀 됐지만 그래도 기업을 일으켜가지고 여기까지 왔으니까, '뭐 이정도면 일정한 단계는 좀 올라섰다,' 이런 생각을 전 개인적으로 해요. 그러니까 이제 돈을 벌었으니까 돈이 없으면 기부라든지 이런 건 생각을 못하잖아요. 그러니까 기부를 할 수 있을 만큼 번거죠. 그런 의미에서는 뭐 일정한 단계에 왔다고 생각해요. (#3)

- 내가 자발적으로 해야겠다 그런 적은 없었어. 앞으로 나이 먹고 죽을 때 가까워지면 마음이 바뀌겠지. 이 종환 그 분, 그 사람처럼 구두쇠가 없었잖아. 결국은 사회에 환원시키잖아. 그거 얼마나 중요한 거야. 사람 마찬가지로. 누구든지 일정한 기준이 넘어가잖아. 나이나 뭐 그런 것이 넘어가면 자기가 하고 싶은 거 하게 되어 있어. 자연히. 그런 것을 자연히 유도를 잘 해야 되겠지. (#4)

>> 노후자금부터 확보함

- 죽을때까지 필요한 자금을 확보하고 가족관계에 필요한 돈 문제를 해결 하고 나니 일단락되어 여유를 찾게 됨. 이제부터 할 일인 기부에 대해 본격적으로 추진함.

- 그것은 7년 전에 얘기에요. 3년 전으로부터 서서히 생활에. 가족관계 전부 다 해결이 됐고. 해결 되니까 내 마음이 조금 여유가 있을거 아녘니까. 내 할 일은 어느 정도 일단락은 됐구나. 그래서 일단 십 몇 년 전부터 생각한게 지금 결단을 내리게 된 때가 온거예요. 때가 오고도 내 나이가 보면.. 또 지금부터 할 일을 해야겠구나. 이제 할 일은 별로 없어요.. 기부문화다 이런거에 상당히 중점을 두고. (#2)

- 돈이 조금이라고 있는 사람은 자기가 죽을 때까지 쓸 수 있는 돈이 얼마인지 계산이 되어야 한다. 어쨌든. 왜냐하면 때로는 병원에 입원하고 수술도하고 시설에 갈 수 있는 경우도 있을 거고. 아무리 노인이지만 친구들 만나면 밥값도 내야 되고. 내가 80까지 산다. 그 때까지 얼마가 남아있어야 된다. 장례 치르고 얼마 해서 계산을 해서 다 빼고 나서 자식이고 사회에 기부를 하는 거지 그것 없이 기부를 할 수는 없는 것이니 빨리 계산을 하는 것이 바람직하다. (#5)

>> 너무 많은 상속은 독

- 부유층이 자식들에게 부를 이전하고자 하는 마음은 강함. 그러나 자식들에게 교육의 기회와 풍요로운 생활

을 이미 누리게 해주었던 바, 금전적 상속에 대해서는 냉정한 태도를 취함. 자식을 위하는 맘과 동시에 자식이 관리할 능력이 있는지 고려하여 결정하려 함.

- 자식들한테 재산도 어느 정도 줘야겠죠. '뭐 한 푼도 안 준다' 그런 건..난.. 감정에 어긋나는 일이라 생각해요. 근데 이제 어느 정도 줄거냐...그럼 그게 아이한테 하여튼 지나치지 않아야 겠다 저는 생각을 하니까. 근데 그게 사람마다 좀 달라요. 지난친 게 어디까지가 지나친 거냐. 물론 이제 제 나름대로 생각해서 결정하겠죠, 하여튼 일정한 부를 이뤘다는 사람들한테 자식한테 주는 돈은 적을 것 같아요, 아무래도. 왜냐면 그렇게 많은 돈이 필요가 없거든요. 그게 망치는 길이기도 하고, (#3)

- 애들한테 꼭 다 물려줘야하는 이유가 뭐 있냐. 조금 더 줬다 덜 줬다. 부모가 자식한테 뭐 라도. 그게 값어치 있는 돈이라고 생각할 수야 있겠지만은 대체로 그게 값어치 있게 쓰여지지 않을 때가 많더라구요. 꼭 재한테 다 줘서 주위에 뭘 봐서 충분히 그것을 관리를 할 능력이 되겠느냐 안되겠느냐. 또 그런문제도 있고. 자식한테 애착이 없어서 그런게 아니라. 자식한테 꼭 많이 줘야 애착이 있는거는 아니예요. (#2)

3) 돈 잘쓰는 법을 보여주자

>> 감당할 수 있는 금액을 세움

● 기부를 해야되겠다는 결심을 한 후 현실적으로 감당할 수 있는 기부금액을 세우게 됨. 우선적으로 없애도 문제가 안 될 만큼의 금액을 실험적으로 기부하거나, '적게 느껴지지 않을 만큼'의 금액(최소 1억원이상)을 기부금액으로 목표를 세우고 준비를 해나가기도 함.

- 우선 내가 5천 정도만 낸 게. 지금 그게 꼭 내 돈이라고 할 수 없어요. 이 돈 정도면 내가 만약에 어떤 문제가 생기더라도 그 돈은 내가 갚을 수 있다. 그걸 내가 고려를 한거지 무턱대고 기분이다해서 더 이상 할 수 있겠지만 잘못했다간 내가 압박을 받게 되면 오히려 후회가 되니까. (#2)

- 고마워서...저는 7~8년 전부터 그런 생각을 했어요. 1억을 기부하겠다는. 돈을 어떻게 만들까만 생각을 했지. 몇 천만 원은 적게 느껴지더라고요. 3천만 원하고 5천만 원도 하는 사람도 더러 있는데 1억을 내는 사람이 몇 사람 있었는데 그 이상 낸 사람은 본 적이 없어.(#5)

>> 잘 벌기보다 잘 쓰기가 더 어려움

● 실제 기부를 결정하고 실행하는 과정에서 버는 것보다 쓰는게 더 어렵다는 것을 느끼게 됨. 마지막 '사업'으로서 기부를 결정하고 오랜시간 준비했지만 기부를 실행하기 직전에는 서둘러야하겠다는 마음과 착잡한 마음이 동시에 들.

- 애들 하나하나 전부 공부 시키고, 애들 그런대로 다 괜찮아요. 그러면서 이제 내가 할 일이 남아 있는 일이 뭐 있느냐. 굉장히 내 마음이 쫓혀요. 이제 80이 넘었는데 내 할 일을 빨리 서둘러야 되겠구나. 이 때까지는 차근차근히 정말 돈을 버는게 힘들지만, 쓰는게 더 힘들다는 것을 근래에 또 알았어요. 쓰는거야 아무

데나 쓰면 되지. 그게 또 아니야. 굉장히 쥐었다 놓는다는 것이 어렵다는게 이번에 느꼈고. 또 막상 **대에 12월 4일에 할 때, 그게 가져가서 갈 때까지도 마음이 착잡했어요. 내가 십 몇 년 동안 생각을 했지만 내가 이만한 돈을 기부를 한다. 이건 내 마지막 사업이다. (#2)

>> 가치를 남기고자 함

- 기부를 통해서 남을 돕고 싶은 마음을 실천하고, 그것을 통해 사회를 좀 더 나아지게 만들고 싶은 마음이 있음.
- 자식들에게 돈을 남겨주는게 아니라 더 나은 사회의 가치, 자신의 뜻을 남겨주고자 함. 나아가 그것의 덕을 후손들이 볼 수 있기를 기대함.

- 저는 그런 고민(죽기전에 남기자)은 별로 한 적이 없거든요. 아직 뭐 죽으려면 조금 더 시간이 있으니까. 없는데, 국가가 하는 것 보다는 NPO들이 하는 것이 한결 효율적이고 효과적이다. 그리고 그런 제도를 만들어 주는 게 낫다. 그러니까 자산에 남을 돕고 싶은 그런 마음은... 나는 인간은 다 있다고 보거든요. (#3)

- 저게 돈보다 더 가르칠게, 돈을 주는 것보다도, 내가 항상 느꼈어요. 내가 빨리 기부도 하고 해서 재가 아 빠처럼 기부도 하고... 재를 조금 낮춰주는 게.. '돈 놓고는 내가 너보고 안 뭐라고 한다. 인간이 먼저 돼라. 내 목적은 니가 인간 되는걸 보는 거다. 그래서 지금은 아빠 잘했다고 하고 내가 신문에 나온 것도 뽑아놓고, 지도 생각이 다르더라고요. 그게 말 보다는 "너 해라" 이거 보다는 보여줬잖아요. (#1)

- 하나는 어차피 내가 가지고 있어야 그렇고, 자식들한테 줘야야 그렇고, 아 이런 것은 뭔가 남겨봐야겠다는 생각이 들고, 또 그 덕을 반드시 후손들은 볼 것이라는 생각도 들고, 그런 측면에서 생각할 수 있다고. (#4)

○● 3 | 부유층의 기부 동기와 장애는 무엇인가?

1) 부유층의 기부 동기

>> 개인적 만족과 성취

- 기부를 통해 잘 살아온 자신과 조직에 감사를 표현하고, 새로운 일에 참여하여 성취할 수 있는 기회를 갖고자 함.

- 학교에다 1억을 내고 나왔는데, 기분 좋게 내고 나왔죠. 그랬더니 우리 고등학교가 아쉽더라고요. 그래서 한 천만 원 내고, 우리 모교 출신이 잘 세상 살고 건강하게 정년퇴직을 해서 고마워서 감사해서 이 기부를 한다. (#5)

- 기부의 output을 원한다는 측면도 있지만, 참여하고 싶어하는 분들도 있어요. 자기 일할 거리를 같이 찾

아주는게 좋단 얘기죠. 노년에 어떤 결과물들을 직접 볼 수 있어서 상대방한테 존경을 받을 수 있는 그런 형태가 되면 좋단 얘기죠. (WM1)

>> 세상에 흔적을 남기고 싶음

- 자신을 드러내고 사회적인 지위와 존경을 좀 더 얻고자 하는 욕구가 발현되고, 이름을 세상에 남기고 싶은 마음이 강하게 나타남.

- 호랑이는 가족을 남기고 사람은 이름을 남기겠다고 뭔가를 작지만 남기고 싶은 마음이 다 있거든. 그런 그 정신, 학교 같은 것을 만드는 사람들 보면, 나도 위원장을 해봐서 알아. 다 만들어서 하는 얘기고, 그런 것 흔적을 남기고 싶단 얘기지. (#4)

- 5억짜리 장학재단을 설립하셨어요. 핵가족으로 자녀도 하나고, 세상이 변해가니까 need가 생기죠. 아무래도 이름을 남기고 싶은 게 우리나라 분들 돈은 없어도 명함 없으면 못사는게 우리나라 사람들이거든요. 돈이 많아도 자기가 title이 없으면 힘들어하는거. (WM2)

- 자기를 내세우고 싶어 하는 것. 그것도 역으로 잘 이용하면, 내 울타리 내 것을 강조하죠. 유교의 소유욕과 과시욕. 과시욕이라는 것은 그 사람의 이름을 빛내주는 것 아닙니까. 홍길동 장학재단, 군장학재단 다 그런 거 아닙니까. (#5)

>> 노블리스 오블리주 그 이상임

- 부유층 기부에서 중요한 동기는 노블리스 오블리제라는 사회적 책임을 근간으로 두고 있음. 그러나 거기에서 머물지 않고 자신의 뜻(가치)이 사회에 전승될 수 있고, 자식들에게도 도움이 될 수 있는 구체적인 기부 방법을 모색함.

- 제가 봤을때는 노블리스 오블리제는 당연한거예요. 그런데 우리나라는 돈있는 사람은 노블리스 오블리제 안 해주잖아? 나는 있는 사람 생긴 사람한테 해야 된다고 얘기해요. 자기 자손대에 가면 생각이 틀려요. 이미 낸 사람들은 잘 난 사람들이야. it's ok. 근데 내 자식들도 세상에 존경을 받고 살았으면 좋겠다는 생각이 들거든요. 좀 폼나게 해주고, 일정부분은 품위유지 하게 해주고. (#6)

- 여러 가지 생각하는 것이 있어요. 재단을 만들어서 내 가치를 전해주려고 그래. 이 사회에서 검도를 했잖아. 내가 검도를 해서 내 인생에 많은 도움을 받았다. 그러면 이런 것이 참 좋으니깐 이런 정신을 후배들한테 좀 한 번 만들어주고 싶다는 그런 취지야. (#4)

>> 사회변화를 위한 의지 실현

- 기부를 통한 의미를 '사회의 변화'에 두고 있음. 개인적인 재단보다는 이미 형성된 비영리조직들을 활성화하여 임팩트 있는 기부 사업을 추진해보고자 함.

- '그래 뭐 나라가 세금을 거둬서 하는 거 보다 개인들이 기부를 활성화 시켜서 NPO들이 그걸 해서 사회적인 그런 구제행위를 좀 해준다면 사회가 더 잘 되겠네' 이런 논리적인 생각을 하게 된 거죠. 그걸 '내가 기부를 그런 쪽으로 했으면 의미가 있겠어.' 하고 내가 그걸 생각 한 거예요. '아, 그게 더 맞겠다. 그게 더 한결 효과적이고 효율적이다. 사회가. 그러면 우리가 이 기부를 좀 더 장려할 수 있는 무슨 제도적인 장치를 해야겠다.(#3)
- 제일 처음에는 4개로 시작해서 몇 년이 걸리더라도 1000개 다 해보자. 그런 차원에서 아까 보면 임팩트 구요. 사회적인 인정은 저는 별로 의미가 없는 것 같아요. (#6)

2) 부유층의 기부 장애

>> 모범적 사례가 없음

- 부유층들이 기부모델로 삼을 수 있는 기업가나 사회지도층의 기부 행동이 없음. 우리나라 대표적인 부자들 도 개인기부보다 기업기부를 중심으로 하고, 대통령도 재단을 별도로 만드는 등 모범적이라 볼 수 없음.
 - 모범사례가 적었던 거 같아요. 그 분들이 정**이나 이** 같은 사람보고 자기의 모범을 갖고 하는 거거든요. 연예인들을 보고 모범을 보겠습니까? 기업가들이 30억-50억기부하는 것은 신문지상에도 안나오고. (WM1)
 - 재벌들도 영리를 하지말고 사회에다가 어떻게 공헌을 했으면 하는 그런 생각을 항상하고 있다고요. 그런 부자들도 안하는데. (#7)
 - 삼성 이** 회장 뭐하는데. 결국 똑같은거 아니냐. 다른 부유층도 '우리도 저렇게 하면 되겠다' 이렇게 생각을 하니까 순수한 기부가 안되는 거죠.(WM2)
 - 대통령이 MB장학재단을 만들지 않고 자기들 돈만 아름다운재단 같은 곳에 이사장이 알아서 하시오 내 뜻은 그것 밖에 없습니다. 그러면 다른 사람도 다 가지. 아니 그런데 대통령부터 자기 재단을 만드니. 아니 왜 자기재단을 만드냐 이거야 있는 곳에 내지. (#5)

>> 불안한 노후

- 부유층의 기부행동의 장애요인으로 우리나라의 후진적 노인복지제도를 언급함. 특히 노년기 부유층의 경우는 노후자금을 확보한 후에 기부를 결정하기 때문에 노후의 불안함은 기부결정을 유보하거나 기부금액을 낮추는 기제로 작용함을 보여줌.
 - 노인네들이 정말 불안한 거예요. 저희도 이제 나이를 다 먹었는데 노후에 지금 다 얘기를 들어봐도. 자식들에게 다 의지할 수 없고 그리고 사회제도가 지금 우리나라가 노인 복지에 대해서 하나도 혜택이. 젊어서 벌어서 세금은 많이 냈죠. 그래도 지금 고작해야 지하철 그냥 거저타고 다니는 거 밖에 없거든요. 그러니깐 돈이 조금 있어도 안심하고 쓸 수가 없는게 노인들 편찮아서 병원에 들어가면 한 달에 1인용이 있으

면 천만원돈이 든대요. 모임에 가서 그런 이야기 듣고 우선 제도부터 잘 되어있어야지 노인네들이 안심하고 기부를 할 수 있다고 생각합니다. (#7)

- 가지고 있는 재산 자식들한테 분명히 갈 수도 없는 일이고, 꼭 쥐고 자식들한테 주지도 않아요. 그런 사람이 많아요. 몇 십억을 가지고 있는 사람이 자식들한테 조금 줬으면 좋은데 안 주는 사람도 많아요. (#2)

>> 믿고 접촉할 창구가 없음

- 부유층이 기부결정을 한 후 구체적인 계획을 세우고자 할 때 사회적 가치와 기부가 필요한 문제들을 전문적으로 알려줄 수 있는 접촉할 수 있는 재단이나 기관들이 없다는 것임.
- 또한 비영리 조직과 기관들이 기부금을 투명하게 관리할 수 있는지에 대한 믿음이 부족함.

- 개인들이 만약 자기가 재단을 해보겠다고 했을 때 접촉되는 게 사실 별로 없잖아요. 변호사나 뭐 만나는 사람이 세무사 이런 사람들 밖에 없잖아요. 그런 사람들 만났을때 뭘 얘기를 하겠어요. 재단의 좋은 가치나 이런 걸 설명해주지 않을 거라고요. 형식적인 거 재단 필수 요건 이런거만 얘기해주지. 일단 접촉할 창구가 없다는 거죠. 아름다운 재단 같은 경우가 그 역할을 맡아서 해줘야 되고 저희들도 co work하고요. (WM2)

- 예전에 과거 정권에서 여러 가지 모금을 많이 했잖아요. 그것들이 정상적으로 쓰이지 못한 사례들. 그런 것들이 계속 이렇게 불신이 있는 거죠. 이게 어떻게 썼는데 어떻게 모금이 됐는데. 그런 막연한 생각들을 가지고 있는 분들이 많으세요. (WM2)

>> 전문가의 비능숙함

- 기부자들에 대한 존중과 예우에 관해서 재단이나 기관의 전문가들이 무엇을 해주어야 하는지 잘 모르고 기관의 입장에서 기부자들을 대하는 우월감을 보이기도 하며, 실제로 기부자들에게 형식적인 감사표시만 하고 그들의 욕구에 맞는 서비스를 적극적으로 개발하지 못하고 있음.

- 사람들이 기부는 어쨌든 자기돈을 가진 사람이 자기가 원하는 분야 관심있는 분야에 기부 좋게 기부하는 거고 기부단체라는 거는 그걸 아주 유용성 있게 활용해주고 기분 좋게 해주고 또 어떤 사람이 생색내길 원하면 생색도 내게 해주고. 그걸 제가 볼 때는 기부문화 활성화 아니에요? 그럼 자기 일은 그 일인데. 저것들은 왜 또 자기들이 그걸 직업으로 한다고 해서 우월성이 있나이거죠. 그게 아니다.. (#6)

- 반드시 반대급부가 있어야 된단 말이야. 우리가 실제 뭐를 드리면 그 쪽에서 뭔가 반대급부가 있어야 하는데 맨 향기만 쥐. 뭐 훌륭한 일을 했다 뭐했다. 우리가 요구하는 것은 향기를 요구하는 것이 아니야. 실제적인 반대급부를 요구하는 거야. 내가 100만원을 주면 그 쪽에서 아 고맙다 그런 것은 안 통해. 고마움을 표시를 해야 된다고 그런데 그런 것을 안 한단 말이야. (#4)

>> 부정적인 사회정서

- 부유층의 기부에서 가장 예민하게 신경쓰는 부분은 사회의 정서로 나타남. 국민들이 부유층을 도둑놈 취급하며 비난하거나 기부를 당연시여기고 부정한 의도가 있다고 여기고 있다고 생각함.
- 혹은 사회의 부유층이면 '산신령' 처럼 흠이 없어야 한다는 높은 잣대를 기준으로 삼아 비판하는 것도 기부행동을 적극적으로 해나가는데 방해요인이라 인식함.

- 사람들이 색안경을 끼고 본다는 거죠. 가난한 사람들이 기부를 하면 크게 화제거리가 되고 부자들이 기부하면 당연한 거고 여기 딱 공공이가 있지않는냐고 보죠. 절세 목적으로 하긴 했겠죠. 절세 목적으로 했던 뭘 했던 간에 자기 돈을 사회에 내는거기 때문에 수십억 되는 돈을 내놓는 거기 때문에 다른 사람들이 알아줘야 해요. 손가락질 받을 수 있는 짓을 할 이유가 없다는 거죠. (WM1)

- 이 사회가 그런 것을 인정할 수 있어야 돼. 그럴 수 있다고 해야 하는데. 우리 사회는 그런 사람이면 더 고귀하고 무슨 산신령처럼 살아야 된다 그러면 안 되지. 그럼 그 사람이 산신령 해야지. 우리가 너무 많은 것을 바란다. 이만한 것을 이루면 이만한 것을 감춰주고 덮어주고 그래야 돼. 그리고 이만한 것을 이루도록 자꾸 폼프질을 해주어야지 이게 기부금도 나오고 다 그런 거 아냐. 훌륭한기는 대학총장님이 훌륭하고 그렇지. 그런 사람이 기부 많이 해. 못하지.(#4)

- 또한 정부에서도 부유층의 기부가 조세회피를 목적으로 하고 있는 것은 아닌지 의심하고 있으며 이미 부유층의 기부에 많은 것을 '뺏주고' 있다는 시각을 가지고 있는 것 같음. 이는 부유층의 적극적인 기부행동에 장애요소가 되고 있음.

- 공무원들의 인식이 재단을 만드는 것에 대한 공무원들의 인식이 상당히 부정적이예요. 뭔가 이렇게 자산을 계속해서 이전하는 부의 세습을 위한 수단으로 인식하기 때문에...' 좋은 일 한번 해볼라고 했더니 뭐가 이리 복잡해 예잇' 그렇게 되는 편이라서...(WM2)

>> 부당한 세금제도

- 부유층들은 실제 기부에서 순수한 의도로 기부를 실천하려하며 세금문제를 크게 생각하지 않는 경향도 보임.

- 그러나 재단 설립 등의 과정에서 세금의 문제 때문에 기부를 포기하는 경우가 발생하기도 함.

- 세금문제 때문에 하려는 분은 없고, 순수한 의도에서 하려는 분이 있어요. 순수한 의도에서 자기 이름을 걸고 만들고 싶어하는데 세부적인 절차라든지 그러한 부분에 어려움이 있어서 고민을 하는 분들이 있죠. (WM1)

- tax도 아까 얘기했지만. 정부에서 낼 꼴 우리가 해 주는거 거든요. 그러면 거기서 과감하게 혜택을 주면 되는거야. 근데 보면 내가 돈을 갖고 있는 걸로 회사를 설립 했으니까 회사가 돈을 벌잖아요. 그럼 회사가

100을 벌어요. 그러면 회사가 30%를 법인세를 내. 그럼 70%를 갖다가 100% 배당을 하는거야 회사사람한테. 그러면 그 중에 35%를 갖다가 또 세금을 내. 그러면 35% 남아요. 이걸 가지고 내가 증여를 하든지 증여세를 내면은 또 사십 몇 % 를 내요. 십 몇 %가 되는거야. 그럼 싫지. (#6)

- 또한 현물(부동산, 주식 등) 기부를 하고자 할때 세제의 문제로 인해 기부가 이뤄지지 않거나 제한됨.
 - 쉽게 건물같은 거 받아서 임대료 받고 하면 좋은데, 여러가지 세금 문제라든지 제반적인 문제들이 아직 해결이 안되가지고, 회사에 주식을 넣어서 주식의 배당금으로 한다든지 하면 편한데. 법 자체가 잘 안되는 구조로 돼있다보니까 제도적으로 바뀌어야 할 것 같아요. (WM2)

○● 4 | 부유층의 기부 행동은 어떠한가?

1) 부유층의 기부행동 특성

>> 닳고 싶은 모델이 있음

- 부유층은 주변의 기부모델이 기부행동에 영향을 미친다고 하였음.
- 부모의 생활원칙과 나눔 실천은 기부행동의 마인드에 영향을 주는 것으로 보이며, 함께 활동하는 선배나 동료의 행동이 기부를 실천하는데에 결정적인 영향을 주는 것으로 나타남.
- 또한 국외의 대표적 기부자들의 전략적 행동이나, 국내의 존경받는 사람들의 헌신적 실천은 향후 기부를 지속적으로 해나가는데 모델로 삼고 있음.

- 부모님...기본적으로 다른 분들도 비슷하지만 두 분은 굉장히 도덕적인 분이예요.. 우리 어릴 때 고생 많이 했지... 그니까 실제로 돈이 별로 안 들어와.. 사채업자들도 자기가 쓸 돈 되면 못할거예요... 그런데 이제 기본적으로 검소한 가치를 알아야지 기부를 할 수 있지. 기본적으로 검소한 마인드 도덕적인 마인드 (#6)

- 그 분이 저한테 물어봤어요. 밥 먹다가, 기부를 얼마나 하냐고. 저는 그런 질문 처음 받았거든요. 자기는 월급의 반을 한다고 하더라고요. 오, 굉장히 난 쇼크를 먹었죠. 굉장히 쇼크를 먹었어요. 의외로 주위에 문사장님만큼 많이 하진 않더라도 자기 급여의 20-30%씩 기부하는 사람이 몇 사람씩 있더라고요. 옛날엔 내가 그런 사람들을 몰랐었죠. 그래서 이제 기부에 관심을 갖게 됐죠. 뭔가 그런 삶에 가깝게 가고 싶다, 이런 마음이 제가 있었던 거죠. (#3)

- 나는 빌 게이츠는 똑똑하다고 보지. 그 사람이 굉장히 효율적으로 쓰는 거. 꼭 필요한데 가는거. 그런 거에 대해서 굉장히 몰입하는 것 같아요. 돈도 크지만. 그게 오랜 목표. 거기다가 돈 넣는 이유 같아요. 지금 굳이 말한다고 하면 제일 똑똑한 사람이 그 사람이다.(#6)

- 김수환 추기경님. 그렇게 자기 일생 희생하고 좋은 일 하고 가셨으니까. 저렇게 많은 사람이 와서 추모하

는 걸 보고, 살아가는데 좋은 일을 많이 해야 되겠다 느꼈어요. 그래서 사랑합니다. 고맙습니다.(#7)

>> 확실한 예우 기대

- 부유층은 기부기관에서 제공하는 예우프로그램은 확실히 하기를 원함. 기부자들은 이를 통해 주변에 기부를 권유할 수 있는 기회를 제공하기도 함. 기부에 대한 존중을 받는다는 느낌이 드는 예우 프로그램을 통해서 기부자는 명예를 높이고 더 큰 기부를 할 수 있는 가능성이 있음을 보여줌.

- 따라서 기부기관에서도 기부자의 예우는 기부자의 욕구에 맞는 확실한 방법을 계획하여 일관성있게 접근할 필요가 있음을 제안함.

- 명패를 갖다가 했는데 그건 잘하는 거다.. 그렇게 예우를 받는 건데. 우리가 바라는게 뭐가 있겠어요. 그런 뭐 조금 더 적극성을 띄고 뭘 하게 되면 우리가 이야기 하기도. 내가 이런 기부를 했더니 이런 대우를 해주더라. 자꾸 초청도 하고 가서 이야기 하고 학생들의 실제 이때 까지 겪지 못한 일을 앉아서 이야기하다보면 좀 더 성의를 베풀 수 있는 기회가 오지 않느냐 그런 생각을 해요. (#2)

- '이게 내가 돈 내서 한 거다' 그렇게 하고 싶겠죠. 무덤을 잘 꾸미고 싶은 거랑 똑같은 거라고 생각해요. 뭐 그것을 아주 이상한 게 아니라면, 어느 정도 적당한 선에서 하게 하주는 건 아주 기본인 것 같아요. 배당금 주는 거, 이자주는 거 같은 거라고 생각을 하거든요, 저는. 왜하느냐 그러면 우선 명예롭다는 거죠, 그건. '너의 명예를 더 더해준다.' 뭐 큰 영향을 아니지만, 그런 건 뭐 아주 기본적으로 해 주는 게 안 해주는 거 보다 좋을 것 같아요. (#3)

- 이 사람 진짜 훌륭한 사람이다. 이런 것을. 자랑하려고 하는 것이 아니고, 소문난다고 좋아할 것도 아니고, 그럼 뭐가 확실한 인센티브라고 하나 그런 것이 있어야 하는데 전혀 그런 것이 없는 것 같아 그 사람이 제일 좋아하는 것이 뭐가. 적어도 기부 금액에 10% 정도는 그 사람을 위해서. 그 사람을 위해서. 과감하게 쓸 필요가 있다고 본다. 그래야지 그제 흔적이지 흔적.(#4)

>> 조용한 알아줌을 희망

- 부유층은 기부에 대한 보도에 대한 부정적인 영향에 대하여 언급하였음. 기부에 관한 기사로 인해 사생활이 노출되는 것에 대한 우려가 있음.

- 기부에 대해 오른손이 한 일을 왼손이 모르게 하듯 알리지 않는 것을 희망하고 있음.

- 너무 알려지는 것도 좋지 않지요. 나보다 엄청 훌륭한 사람들이, 돈 안내고도 훌륭한 사람들이 많습니다. 제일 쉬운 게. '나는 돈 한 푼 냈다' 그러면 안 돼요. 그러니까 내가 하고 싶은 말은 몸으로 때우는 게 더 어렵고, 사회가 더 홍보돼야 돼지. 돈 좀 있다 해서 냈다 해서 '나는 이것도 냈는데 이걸 뭐' 이걸 되도록 안 한 거죠. 절대로. (#1)

- 내가 하는 일을 아무도 모르게. 좋은 일을 하고 싶다 이런 생각을 막연하게는 다 갖고 있는 것 같아요. (WM3)
- 배려라는 것이 남한테 배려라는 것이, 오른 손이 하는 일을 왼 손이 몰라야 된다면서 그래야 되는데 야 내가 이렇게 했다라고 광고하고 싶은 생각도 없어. 막 들춰내고 막 이러는 것 좋아하지 않음. 그냥 조용하게 달라 이거야. (#4)
- 잘못하면 주위에서 그런 얘기를 들었어요. 잘못하면 심장마비 돼. 여기저기서 연락오고 찾고 그러면 그걸 또 어떻게 할꺼냐 이거예요. 도리가 없는거예요. 만나면 만나도 그만한 사람이 오게 되는거지. 나한테 아무 관계 없는 사람이 올 리가 없는거 거든요. 그래서 그런건 되도록 자제하는게 낫고. (#2)

>> 기부는 나만의 결정

- 부유층의 기부행동에서 가족들은 의사결정과정에서 배제되는 것으로 나타나는데, 가족의 참여는 기부자의 의도를 약화시킬 수 있다고 생각하거나 가족의 의견이 기부결정에 필요 없다고 생각하기도 함. 이 때문에 가족간의 불화가 나타남.

- 이는 우리나라 기부장적인 특성이 반영된 것으로 볼 수 있음.

- 나는 우리 집사람한테 얘기를 안했습니다. 오늘 가면 어제 저녁에 얘기 했어요. 나는 그거는 굉장한 카리스마입니다. 판단 해버리고 내가 결론 내버리고. 내가 독재데 뭐.(#1)
- 전혀 안 시킵니다. 시킬 이유가 없어. 시키면 안 돼 또. 전혀 알 필요도 없고 나는 그러고 싶은 생각이 전혀 없어. 가족들한테 얘기를 하면 가족분란만 낳아. 결국은 자기 입장만 얘기를 하거든. 그러면 아무 것도 못한다. (#4)
- 와이프 입장에서야 똑같은 심정이에요. 나한테 이렇게 할 수 있느냐. 그 많은 거금을 나한테는 어떻게 한 푼도 어떻게 없냐. 집사람이랑 다 얹혀서 다 얘기는 했는데.. 불평이라는 거는 기부도 좋지만 자기 이렇게 고생을 시켜놓고 이게 뭐냐. 그거에 대해서는 내가 미안해.(#2)
- 자녀들한테는 얘기 안해요. '나는 이돈은 정말 꼭 갖고 있다가' 그러니까 본인한테 100억이 있다 그러면 이미 100억에서 200억은 증여를 한 상태예요. 줄만큼 다 주고 이제 자기가 갖고 있는 돈에 대해서는 안 주고 끝까지 갖고 있다가 좋은 일을 하고 싶어 하더라구요.(WM3)

>> 기부 권유는 안주고 안받기

- 부유층은 기부행동에 대해서 동료간 모임에서 금기시하는 태도를 보임. 순수한 의도에서 기부에 대한 독려를 하고 싶어도 사회적으로 '잘난 척한다'는 시선을 받기 쉬워 꺼려짐.

- 하지만 실제로는 젊은 부유층의 경우는 동료간 기부행동을 공개하여 자극하기도하고, 노년층도 기회가 된다면 적극적으로 기부를 알리고 권유하고 싶은 마음이 있음.

- “너는 그런 일을 저지를 줄 알았다” 그러면서 하는데. 이거는 권유할 사항이 아니라고요. 내가 했다고 해서 내 생색내는 것 같이 너도 동참해라. 내가 이 말을 꺼내면 저 새끼 지가 했다고 잘난 척 한다고 그러니까 그런 건 내가 철두철미하게 못 하겠더라고요.(#1)

- 얘기를 잘 안 하니깐. 상류층에 있는 사람들도 사석에서 얘기를 잘 안 해요. 금기시해요. 어디 가서 얘기하면 안 돼요. 우리나라 사람들은 이상하게 보니까. 너 잘났다. 이런 식으로 생각을 하는 경향이 많아요. 재벌은 그러면 안 돼요. 상류사회에서는 경쟁하기 때문에. 잘못하면 소문이 들어가면 너도나도 와서 돈 달라 그러면 어떻게 감당합니까. 딱 말 나오면 입 다물어요.(#5)

- 만일 내 친구가 사회에서 재벌은 아니더라도 100대 기업에 들어간다고 하면 내가 적극 나서 권양을 하지요. ‘너 이정도 있는데 너 뭐 할거냐. 좀 해라. 해서 사회에 큰데 가보면 딴 세상을 느낀다. 어떤 단체, 모임에 가보면 느낄 수 있다.’ 고요. (#1)

>> 나아짐을 기대하고 바람

- 부유층은 기부를 통해서 사회적으로 존경을 받고 후세대에도 그 영향이 이어지기를 바라는 맘이 있음.
- 나아가 본인의 기부행동을 통해서 세상이 좀 더 나아지기를 기대하며 좀 더 많은 사람들이 기부에 참여하도록 독려하는 노력을 함.

- 근데 모든 사람이 돈을 낼 뜻이 있다고 생각은 안합니다. 내가 이걸 내면서 자아적인 행복도 있지만 기본적으로 사회적으로 자기가 존경을 받는다. 예를 들면 또 내 자식들이 존경받을 수 있고 내 이름이라고 생각을 하고 그런게 사람 속성이니까. 그러면 사람들이 내 생각에는 돈을 내게 하는 시작이 된다고 생각을 해요. (#6)

- 이런 기부 문화도 많이 확산이 되면 사람이 굉장히 평화로워지지요. 삶이, 사회가. 즉, 말하자면 기부문화가 되면 기부를 안 하더라도 사람이 평화로워지고, 유해진다 이 말이죠. ‘너는 1000억 있으니 100억 내라’ 이것 보다는 조금씩 내더라도 자꾸 동참을 하게 하는게 이 사회가 평안한 사회가 되도록 배운 사람, 돈 있는 사람이 이끌어 줘야 된다 이거죠 (#1)

2) 부유층의 기부행동 유형

>> 부의 수준에 따른 행동

- 기부를 어떻게 할 것인가를 고민하는 과정에서 10억대 부유층과 100억대 부유층간 차이가 나타남. 10억대

부유층은 여유를 갖고 믿을 수 있는 재단에 기부를 결심하는 반면, 100억대 부유층은 독립재단의 설립 등 보다 영속적인 의지를 가지고 접근하는 욕구가 있음.

- 현금자산이 한 30억에서 좀 더 가지고 계신분들은 마음의 여유가 많으신거 같아요. 차라리 한 300억을 가진 분들을 그렇지 못한 것 같아요. 기부를 해도 재단 하나를 만들어야 하고 뭔가 해야되고 그 안에서 내 자식들이 뭔가 역할을 해야하고 그러니까 오히려 복잡해지는 것 같은데. 20-30억 가진 분들은 편하게 온라인이라도 단돈 얼마라도 하거든요.(WM2)
- 큰부자들은 그 사람들은 상속할 생각이 없거든요. 자기 재단을 만들어 버리는 거야. 자기 당대에 대부분 재산으로 재단을 만드는거예요. 자식들한테는 그냥 건물이나 하나 사주고, 돈 좀 주고, 그래야 자식이 품위유지하지. 재단 만들고 5%만 내가 자기 그냥 이사장으로 쓸 수 있는 품위 유지하게 해준다면, 그럼 많아질 거예요. (#6)

>> 기부처 관여에 따른 행동

- 부유층들은 기부처에 대한 신뢰를 토대로 ‘믿고 맡기는’ 행동에서부터 ‘적극적으로 개입하는’ 행동까지 보여줌. 구체적으로 기부자들은 재단에 기부금을 위탁하는 형태에서 독자적으로 운영하는 계획으로 발전시키기도 함.

- 그건 어떻게 됐던 믿음으로 맡겼으면 그걸로 끝나야지 그 이상의 월권행위를 한다고 하면 모금회에서 일만 더 만들어지고 안 됩니다. 그 돈이 어디에 쓰이던 믿고 맡겼으니까 그걸로 끝나야 돼요. 그러나 이런 모금회 같이 종합적인 데가 아니고 학교라든가 무슨 심장 재단 같은데다 한다고 하면 거기서 선발해야지 그 이상의 자기가 했다고 해서 월권행위를 하면 안 되죠.(#1)
- 지금은 뭐 개인 기부로 재단을 운영한다고 생각하고 있지만 좀 더 많은 사람들이 참여하게 해서 저는 아름다운 재단에 위탁운영을 시켰는데요, 그것도 또 뭐 여러 가지 이슈가 있어요, 뭐 여러 가지. 독립식으로 운영한다 하더라도 결국은 그게 다 아름다운 재단이 하는 모델이니까. 그런 많은 좋은 재단들이 생겨서 여러 가지 사회적으로 할 수 있는 일들을 좀 하는 그런 것들이 좀 많이 생기면 좋겠다.’ 지금은 아직 기업에서 제가 일하고 있잖아요? 은퇴를 하면 그런 쪽에 가서 제가 배운 게 management니까 ‘그런 거를 second life로 했으면 좋겠다.’ 그런 생각을 해요. 좀 더 같이...지금은 그렇게 계획들 세우고 있어요.(#3)

>> 기부에 대한 주도성에 따른 행동

- 부유층의 기부행동은 주도적으로 실천하느냐에 따라 다르게 나타남.
- 소극적으로 나누는 ‘십시일반’ 정신으로 소극적인 실천을 하는 유형, 단발적으로 ‘한턱’ 내듯이 기부하는 유형, 관심있는 분야를 지정해서 영향을 미치고자 하는 유형, 새로운 기부영역과 모델을 개척하고자 하는 유형으로 나타남.

- 봉사단체는 믿지 못하겠어. 종교에선 베풀라고 하니까. 종교단체나 뭐 이런데서 좋은 마로 해가지고 자기 마음에서 우리나라에서 하게끔 하는게 굉장히 중요한거 같아요. 크게하는 것 보다 여러 사람이 모이면 큰 돈이 되는 거거든요. 내는 사람도 간편하고, 나는 그런 기부문화도 좋다고 생각해요. (#7)
- 가끔씩 가다가 뭐 찍하니 '택' 1억원 이렇게 학교에 들어가고. 동문회에다 한 3천만원. 그러니까 즉흥적인 기부가 나타나는 거죠. 마음속에서는 어릴때부터 자선, 기부에 대한 교육을 받았으니까. 주체적으로 하는 건 어렵고 단발적으로. (WM2)
- 가능하면 기부를 하더라도 지정해서 하는 건 괜찮은 이야기다. 거기다가 기부를 할 때 기부를 한만큼 너가 생각하는 바 그대로 그 사람들에게 전달이 됐을 때. 또 전달이 되면서 부터는 또 만나게 되지 않겠습니까. 그 만나게 되고 애들이 어디에 있다고 하면. 내가 가끔 심심하고 시간이 있으면 조그마한 선물이라도 사가서 나눠 먹어라. 그렇게 하고 나면 내가 또 기분이 더 좋을꺼고. (#2)
- 우리나라는 기업의 돈으로 자선을 하거나, 개인의 기부는 딱 할머니 기부. 이렇게 양극화돼있다고요. 개인의 종교기부, 부자의 종교기부, 딱 할머니의 전액자산, 기업의 돈. 딱 돼 있잖아요. 그런 틀이 별로 없어요. 또 학교와 병원 외에 다른 여러 가지 기부가 있을 텐데 그럼 참여들이 이제 개척되는데 아닌가. 그런 걸 이제 개척을 많이 해놓으면 길이 닦아지니까 그 다음부터는 좀 다른 분들이 하시기가 쉽죠. 그걸 좀 만 들었으면 좋겠다. (#3)

>> 기부처의 선호에 따른 행동

- 부유층의 기부행동에 맞는 기부처를 선정하는 것으로 차이가 나타남.
- 부유층의 기부처 선정 기준은 사회적으로 인지도가 높은 기관, 자신만의 독립재단 설립, 기존 비영리단체에서 실험을 할 수 있는 비영리단체를 선호하는 경향이 나타남.
 - 구체적으로는 모르고.. 겉으로 봤을때는 이 사랑의 열매 조직체가 굉장히 우리나라에서는 그래도 국민이 많이 인정을 하고 공포가 되어 있는데다가. 특히 방송에 연속 나오니까 이 문제를 놓고 보더라도 이게 사랑의 열매다. (#2)
 - 나 같은 경우는 인생계획을 세우고 조금 더 그런 쪽으로다가 남길 것도 있지 않겠냐 그런 생각이 들고 또 회사에 관계없이 나 자신이 그러고, 우선 아까 얘기했듯이 남이 시켜서 할 수도 있겠지만 내가 생각하는 목적과 다르고. 왜그러냐하면 재단 설립자의 의견이 들어가 있단말야. (#4)
 - 누구를 도울 수 있는. 사회에 채워지지 않고, 또 수익을 목적으로 하는 기업이 아닌 어떤 일들이 있잖아요, 사회에. 일들이 있는데, 그런 일들을 잘 하는 방법이 뭐가. 이것 때문에 제가 하게 된 거예요, 저는. (#3)

- 비영리라고 비효율이 된다는건 아니다. 더욱더 이걸 고귀한 돈이기 때문에 더 가치있게 써야한다. 그 내용을 갖고 자꾸 내 기업체를 늘리려고 하지 말고 각 가게나 가게를 몇 개 모아서 더 가치있는 일을 해라. 그럼 우리 회사가 내고 또 제 3자를 모아서 이거 가지고 다른 일을 하자. 자꾸 이걸 펌프량을 키워가야지. (#6)

- 이러한 특성은 전통적인 보수적 기부성향이 있는 기부자는 사회적으로 인지도가 높은 기관이나 종교기관을 선호하며, 자신의 독자적인 가치를 실현하고자 하는 기부자는 독립재단을 설립하는 것을 선호하며, 사회의 변화를 목적으로 실험적 투자를 하고자 하는 기부자는 비영리단체에 적극 참여하거나 새로운 조직을 구상하는 것으로 보임.

○● 5 | 부유층 기부 활성화를 위한 조언

>> 기부 결정과 실행의 시기를 앞당김

- 전문가들은 자녀에 대한 유산상속과 기부는 모두 이르면 이룰수록 좋다는 조언을 함. 세법상 사전 증여가 유리한 데도 불구하고 일부 부유층은 끝까지 본인이 재산을 보유하고자 함. 시기가 늦춰질수록 남겨질 재산에 대한 자녀나 친척들에 대한 기대가 높아져 후에 불화의 소지가 되며, 게다가 이러한 상황에서 기부를 하겠다고 하는 경우 특히 가족의 반대는 더 심할 것으로 예상된다는 것임.

- 사전 증여가 조금 유리하다. 나중에 상속 받는거보단 사전 증여가 조금 유리하다라고 권유도 하고 그래서. 사전 증여를 하셨더라구요. (WM3)

- (유산기부) 생각이 많아. 그건 나이와는 관계가 없지. 그런 기부를 하려면 빠를수록 좋은 것이거든. 왜그러냐하면 늦게 하면 주변에 걸리는 것이 너무 많아져. 걸리적거리지 않을 때 해야 된다. 사람이 가끔 재산을 죽은 날부터 역산을 해가지고 십이년인가 십삼 년에 돈거래를 다 끝내. 그럼 자기가 80까지 살 것이다 그러면 70전에 해결하는 것이 더 좋고. (#5)

>> 사후관리의 중요성을 알고 계획

- 전문가들은 재단을 설립하여 본인이 직접 운영하는 것까지는 어렵지 않을 수 있으나, 사후의 재단 관리에 대한 고려와 계획이 없으면 후대에까지 잘 이어지기는 어려움을 지적함. 따라서 자녀와의 대화와 교육을 통해 부모의 뜻과 비전을 공유하고 함께 발전시키는 노력이 자녀에게 재단을 이전하기 이전에 오랜 기간 이루어질 필요가 있음을 시사함.

- 자식한테 안 남기냐 결국은 남기거든 자식한테. 그건 팔자라고 봐야해. 그리고 현행법상 내가 안 남긴다고 해서 안 남길 수도 없는 거고. 미국도 카네기재단 그런 거 있잖아. 록펠러. 그런 것도 안 남기려고 한 거 아니야. 재단은 재단이고 물려줄 것은 물려주고. (#4)

- 나이드신 분들은 '그렇게 기부할 거면 내 이름 달고 하지' 그렇게 자꾸 크게 생각하니까 이것도 안되고 저것도 안되고, 2세대들은 아직까지 완전히 자산이전이 안됐으니까 본인 스스로 할 수 있는 범위내에서 그정도 하는 수준이고. (WM2)
- 부유층 기부는 조금이라도 변화시킬 수 있는 규모가 있어야 한다고 생각하거든요. 재단을 운영하면서 자녀분들이 관심을 안 두게 되면 재단도 결국은 다 관리가 돼서 다 청산되는 걸 많이 보왔거든요. 그래서 실제로 재단이 그렇게 생각하는 거 만큼 그럴싸하고 멋있고 꾸준하고 이렇지는 않다. 재단 출연한 5억 없어 질 수도 있고. (WM2)

>> 다양한 기부처와 방법 개발

- 부유층이 기부를 할 때 재단과 같은 모금단체나 전문가가 기부처와 방법에 대한 다양한 정보를 제공해주는 것이 필요함을 강조함. 부유층은 충분한 그리고 신뢰할 수 있는 정보에 바탕을 둔 자기 결정을 희망하며, 이러한 욕구를 충족시켜주기 위해 모금단체들과 전문가들의 정보 및 자문 역량을 강화할 필요를 제기하고 있음
 - (1억을 기부하려는데 어떻게 기부하면 가장 좋을 것 같나 하는 뭐 이런 것들...) 한국사회에서 지금 이런 물음에 답할 수 있는 재단이 없거든요? 아름다운 재단이 유일할거예요. 그래서 저는 아름다운 재단이 지금 하고 있는 것을 좀 더 넓혀서 '우리한테 와라. 그럼 우리다 다 그걸 해결해 주마.' 그러면 사실 뭐 아름다운 재단에다가 그렇게 넣어도 되고. (#3)
 - 그러니까 그 사람들이 천억을 들여서 해야 될 일을 100억여 원만 들여서 똑같은 효과를 낼 수 있으면 당연히 매력. 그래서 딱 잡고 들어오면 그런 기부는 쉽죠. 전략이죠. 기업이라면 백억을 들여서 천억의 효과가 있다고 하면 당연히 할 수 밖에 없죠.(#5)

>> 사회에 새로운 기부 모델 제시

- 우리 사회는 아직까지는 대학에 거액을 쾌척하거나 재단을 설립하는 등 전통적 기부자 모델이 주를 이루고 있음. 다양한 성향과 관심사를 가진 부유층들은 기부를 어떻게 할 것인가에 대한 생각 역시 다양할 수밖에 없는데, 전통적 기부자 모델로는 이들의 다양성을 충분히 담아내기는 어려움. 부유층들은 최근 서구에서 많이 부각되고 있는 사회적 기업가 모델, 벤처 자선가 모델 등 새로운 기부 모델을 제시해 주기를 희망함.
 - 기부의 면제라든가 어떤 명예화라던가, 서구에서 많이 활성화 돼 있는 것이 좀 많이 들어오면 조금 더 그런 쪽으로 되지 않겠는가. 또 하나가 social entrepreneur들. (#3)
 - 실제 돈이 많이 들어가고, 외국같이 자생적으로 돈을 버는 재단을 많이 못만들다 보니까 계속 돈만 들어가니까 처음에는 시작할때는 하지만 또 돈을 내야되고 하면 본인들한테 스트레스가 많이 되죠. 재단설립 때문에 변호사까지 다 하고 자료까지 다 준비했는데 결국은 딱맞아지지 않더라고요.(WM2)

>> 기부를 나눌 수 있는 장 마련

- 기부에 대한 상시적인 국민 인식제고 노력이 필요함을 강조함. 이로써 국민들의 기부에 대한 관심을 높이고 기부의 가치에 대해 알게 하며 기부한 단체에 대한 신뢰를 높임으로서, 기부문화 활성화에 기여할 것으로 봄. 또한 부유층의 경우 기부에 대한 생각과 경험을 공유할 수 있는 장이 필요함을 지적하고 있음. 기부와 관련된 비슷한 욕구와 관심사를 가진 이들이 함께 모여 보다 효과적인 기부를 위해 정보를 공유하고 서로를 지지해주는 시스템이 필요함을 시사함.

- 12월달에 뭐 제일 지금 현재 상황을 이루어가지고 보도를 하고 하는데 근래에는 또 줄더라고. 그걸 이제 좀 일 년 열 두달 비용이 많이 안 드는 행사라도 구체화시켜가지고 국민들이 좀 많이 알게끔 내가 내는 돈이 내가 기부하는 돈이 정말 내가 생각하는 이상으로 보람 있게 쓰여지는구나를 알려야해. (#1)

- 가능하면 수준이 비슷한 사람들끼리 모임을 가져서 대담하는 것도 내가 생각지 못하고 내가 부족한 점을 북돋아줄 수 있는 그런 뭐가 생기지 않을까 나도 그런 생각을 하고. 좀 더 알고 싶은 게 많아요. 돈도 이게 얼마 안 되지만. 아직까지 다 아는것도 아니고. 실질적으로 내가 직접 피부로 느낄 그건 아직 없어서. 간접적으로 이야기를 들었지. (#2)

제5장

부유층 기부 활성화 전략

1. 정부
2. 미디어
3. 비영리부문
4. 전문 어드바이저

제5장 | 부유층 기부 활성화 전략

본 장에서는 우리나라 부유층의 특성과 기부현황, 기부의 동기요인과 장애요인 등에 대한 본 연구의 분석결과를 토대로 우리나라 부유층의 기부 활성화를 위한 전략을 제안해보고자 하며, 주요 행위주체별로 요구되는 전략들을 정리하고자 함.

○● 1 | 정부

- 정부 전략의 핵심은 기부와 관련된 제도적 환경의 개선에 있다고 볼 수 있음. 현재로서는 기부 관련 세제나 정책이 부유층의 기부동인보다는 오히려 장애요인으로 작용하고 있는 것으로 나타남.
- 따라서 정부는 기부를 가로막는 각종 제도들의 개혁(legal reform)을 위한 노력을 경진하는 것이 필요할 것으로 보이며, 이를 통해 정부가 부유층의 기부를 환영하고 그들의 자선정신을 인정한다는 긍정적인 메시지를 부유층들에게 전할 수 있어야 함.

>> 기부에 우호적인 세제 개발

- 우리나라의 경우 개인 기부에 대한 세제 혜택이 낮고 같은 기부에도 기부처에 따라 세제 혜택에 있어 차별이 존재. 또한 주식 등 현금 이외의 자산형태의 기부가 용이하지 않은 것으로 나타남.
- 해외 부유층과 우리나라 부유층의 경우를 보면 세금혜택이 기부의 결정적인 동인은 아닌 것으로 나타나지만 세금혜택이 많아지면 분명 기부에 대한 장벽을 낮추고 기부를 촉진하게 되는 것을 알 수 있는데, 이는 향후 우리나라 부유층에도 똑같이 적용될 수 있을 것으로 보임.
- 우리나라는 부유층에 대한 세제 환경이 상대적으로 우호적이지 않으므로 기부에 따른 세금혜택을 확대하는 경우 기부를 실행할 부유층은 크게 늘어날 것으로 기대됨.
- 지금까지 해외의 부유층 기부 촉진 전략으로 활용되는 세제 전략은 인센티브 전략(tax incentives)과 패널티 전략(tax penalties)이 있는 것으로 나타나는데, 국가마다 차이는 있지만 대개 이 두 유형의 전략이 모두 활용되는 것으로 보이며(Tracey & Baker, 2004), 우리나라 역시 이 두 전략을 적절히 활용하는 것이 필요할 것으로 사료됨.
 - 인센티브 전략으로는 기부에 따른 공제나 면세의 폭을 확대하고 현금 이외에도 주식이나 부동산 기부에

도 세금 혜택을 제공하는 세제가 마련될 필요가 있으며, 세금 인센티브를 받을 수 있는 기부처의 범위를 넓히고 기부처별 인센티브 차별을 없애는 방안을 고려해볼 필요가 있음.

- ▶ 영국의 경우 일반인들이 활용하기 편리하면서 자선단체와 납세자에게 모두 세금 환급 혜택을 제공하는 Gift Aid 제도 및 주식 기부를 용이하게 하면서 공제 혜택도 제공하는 ShareGift 제도를 시행하고 있음. 이들 세제에 대한 브랜딩과 캠페인을 통해 사회 저변으로까지 세금공제에 대한 인지도를 높였고 특히 Gift Aid의 경우에는 높은 세율의 납세자에게 유리하도록 하여 많은 부유층들이 손쉽게 이용할 수 있게 함.
- ▶ 우리나라 역시 부유층에게 실질적인 혜택이 제공될 수 있는 세제를 만들고 브랜딩화하고 이를 캠페인을 통해 널리 알릴 수 있는 노력이 향후 필요할 것으로 보임.

- 대표적인 패널티 전략은 비기부자들에게 상속세 등의 압력을 넣어 기부하도록 하는 것으로, 고비용의 세금과 기부를 경쟁시켜 부유층들로 하여금 기부를 선택하게끔 하는 전략이라 할 수 있음(Tracey & Baker, 2004).

- 특히 미국과 영국 부유층에 효과적이었던 전략으로 사료됨. 영국의 경우 자선기부 시 상속세가 많이 낮춰지기 때문에 기부를 선택하는 이들이 많아 현재 유증기부(bequest)가 영국 자선단체들의 가장 큰 재원이 되고 있는 것으로 알려짐(Tracey, 2005).
- 이러한 결과는 우리나라에서도 역시 세금과 실질적인 경쟁관계를 가질 수 있는 기부에 대한 압력형태의 세제 마련이 필요할 수 있을 것으로 사료되며, 우리나라 부유층의 경우 유산기부에 대한 관심이 높은 편임을 감안할 때 상속세와 유산기부와의 관계를 경쟁시키는 개정된 세제를 고려해볼 필요가 있을 것으로 사료됨.

>> 기부 및 비영리부문 규제환경 개선

- 우리나라는 비영리부문에 대한 규제가 다른 나라에 비해 심한 편이며, 특히 개인이 재단을 운영하고자 하는 경우 설립 시점부터 복잡한 절차와 규제에 의해 설립 자체를 포기하게끔 하는 구조인 것으로 알려지고 있음.
- 우리나라 부유층들이 재단 설립에 관심이 많음을 감안할 때 재단이나 기금 등의 설립 시 설립요건을 완화하고 행정절차와 비용에 대한 부담을 최소화하는 노력이 필요할 것으로 보임.
- 또한 향후 부유층이 현금 못지않게 주식이나 부동산을 기부할 가능성이 높아지는 만큼, 유가증권이나 부동산, 비상장주식 등의 기부 시 절차를 단순화시킬 필요가 있음.

○● 2 | 미디어

- 부유층에 대한 사회의 곱지 않은 시각은 부유층들로 하여금 기부를 주저하게 만들거나 혹은 기부를 하더라도 조용히 기부하도록 하게 만드는 부정적인 기제로 작용해 왔음.

- 최근 한 연예인의 기부가 가져다 준 논란 이후 공개기부가 증대되기도 했지만, 다른 한편에서는 착한 일을 하고도 비난을 면치 못할 수 있다는 두려움을 더 키우기도 했음.
- 미디어의 역할은 무엇보다 부유층의 삶과 기부에 대해 객관적이고 다각적으로 조명하고 모범적인 부유층 기부자들을 발굴하여 세상에 널리 알림으로써, 부유층에 대한 사회적 인식을 개선하고 부유층에게 기부에 대한 동기부여를 하는 것이라 할 수 있음.

>> 다양한 모범적 부유층 기부모델의 발굴 및 홍보

- 미디어에서 모범적인 부유층들의 기부를 홍보, 선전(publicize)함으로써 부유층에 대한 대중들의 부정적 인식을 완화하고 다른 부유층들에게 기부에 대한 동기부여를 할 수 있을 것으로 보임.

- 무엇보다 부유층 기부사례에 대한 보다 정확하고 객관적인 보도를 할 필요가 있으며, 또한 대중들에게 모범적 부유층 기부에 대한 노출빈도를 높여야 함.

▷ 이는 대중들로 하여금 모든 부유층에 대한 일관된 부정적 태도에서 벗어나 존중하고 존경할 수 있는 부자와 존경하기 어려운 부자를 구분할 수 있도록 하고, 장기적으로는 부유층에 대한 신뢰를 높이는데 기여할 것으로 보임.

▷ 모범적인 부유층 기부 사례 보도와 함께 건강하게 부를 축적한 부유층에 대한 보도 역시 필요한 것으로 보임.

- 최근 부유층들 가운데 기부에 대해 어느 정도 생각을 갖게 되었지만 구체적으로 행동으로 옮기지 못하고 주저하고 있는 잠재 기부자들이 많은 것으로 나타나는데, 모범적인 부유층 기부에 대한 홍보는 다른 부유층들의 기부를 독려하는 중요한 전략이 될 것으로 보임.

- 국내외의 모범적인 부유층 기부 사례에 대한 보도는 부유층의 기부에 대한 태도를 변화시키고 기부와 관련된 의사결정에 도움이 될 정보와 벤치마크(benchmark)를 제공하는 역할도 수행할 수 있는 것으로 보임.

- 모범적 부유층 기부 관련 보도는 어떤 부유층들이 얼마나 어디에 기부를 하고 있는지, 그들이 기부과정에서 경험한 어려움이 무엇이었는지, 기부의 파급효과는 어떠한지 등의 정보를 부유층들에게 제공하는 것도 필요할 수 있음.

- 부유층은 이러한 정보를 바탕으로 본인의 자선기부 노력은 현재 어느 상황 혹은 수준에 와 있는지 스스로 평가해 볼 수 있게 될 수도 있음.

- 또한 이렇게 다양하게 제공되는 정보는 향후 기부규모나 방식, 기부처 등에 대한 결정 시 중요한 벤치마크 혹은 가이드라인으로서의 역할을 할 수 있을 것으로 보임.

- 모범적인 부유층 기부에 대한 보도에서 특히 중요한 것은 다양한 모범적 기부자 모델을 발굴하고 이를 세상

에 알리는 것임.

- 우리나라는 기부의 모델을 가족이나 지인에서 찾기 어려운 문화를 가지고 있는 경향이 크기 때문에 그러한 기능의 확대는 중요할 것으로 보임.
- 미디어를 통해 발표되는 모범적 부유층 기부사례들은 부유층들에게는 일종의 역할 모델(role model)이 됨.
 - ▷ 언론을 통해 드러나는 우리나라의 모범적인 레인메이커(자선사업가) 유형은 수십억 혹은 수백억대의 거액쾌척형 부자와 김밥 할머니 등과 같은 전 재산 희사형 일반인, 그리고 연예인, 스포츠인 등의 유명 인사형이 전부인데, 더 다각적인 사례와 모델의 발굴이 필요할 수 있음.
 - ▷ 이런 유형들만으로는 자산수준과 활동영역, 성향 등에서 더 많은 다양성을 갖고 있는 부유층들이 자신들에게 적합한 역할 모델을 찾기가 어려움. 부유층들은 자신들과 상황이 비슷하거나 조금 더 나은 사람들의 기부모델을 그대로 따라하고 싶어 하는 경향이 있는데, 현재까지의 모델들을 갖고는 제한성이 많기에 적절한 모델을 찾아내기가 어렵다는 것임.
 - ▷ 기부가 공론화되기 어려운 사회 문화적 상황에 놓인 우리나라 부유층이 미디어를 통해 접하게 되는 다양한 부유층 기부모델 가운데 자신의 모델을 선택할 수 있도록 가이드 하는 것이 무엇보다도 필요하기에 미디어는 다양한 기부 모델을 발굴하고 홍보하는 것이 향후의 중요 과제가 될 수 있음.

>> 부유층 대상 기부 캠페인

- 미디어는 부유층을 타겟으로 한 기부 프로모션 캠페인을 통해 보다 많은 부유층에게 기부의 기회를 집중적으로 노출시키면서 기부의 가치와 효과성, 방법 등에 대해 알리고, 모범적 부유층 기부자에 대한 사회적 인정(public recognition)을 제공할 필요가 있음.
- 부유층을 대상으로 한 캠페인의 대표적인 예로 영국의 Giving Campaign이 있음(The Giving Campaign, 2005).
 - ▷ 복지에 대한 사회적 욕구와 정부 예산의 부담 가중, 미국과 비교한 기부부문의 상대적 지체 및 당시의 심각했던 침체 등을 경험하던 영국에서 기부문화 장려를 위해 자선부문과 정부, 기업, 미디어, 학계 등이 공조하여 2001년부터 2004년까지 전국 차원의 기부 캠페인을 진행하였는데, 우리에게 좋은 모델이 될 수도 있음.
 - ▷ 기존의 일반 대중을 대상으로 이들의 인식을 제고하고자 하는 캠페인과는 달리, Giving Campaign은 기부 촉진의 구체적인 대상을 전략적으로 선정하고 각 대상에 맞는 메시지와 기부 촉진 전략들을 개발하였는데, 주된 타겟 대상 중에 부유층이 포함되었었음.
 - ▷ Giving Campaign에서 부유층을 대상으로 했던 미디어 전략: 주요 일간지, 주간지 등을 통해 자선기부와 관련한 별쇄물(supplements)을 배포하고 정기적으로 기부와 관련된 금융상품을 소개하면서 부유층들의 기부 사례에 대해 보도하는 등의 노력을 하였음.
 - ▷ 또한 모범적인 부유층 기부자들에 대해 선전의 방법으로 한 주간지를 통해 Giving Index라고 해서 자산 대비 기부규모 비중을 기준으로 모범적 기부자 순위를 발표, 현재까지도 매년 발표되고 있음.

- 우리 사회에도 영국의 Giving Campaign의 예에서 제시된 바와 같이 다양한 영역의 주체들이 함께 협력관계를 구축하고 전국적으로 부유층 기부 캠페인을 전개해 보는 것도 고려해볼 필요가 있다고 사료됨.
 - 최근 국내 일간지나 주간지 등에서 기부에 대한 특집 기사나 시리즈 연재물을 게재하고 있으나, 매우 간헐적이거나 연말 등 특정 기간 동안에 제공되는 것이어서 캠페인의 장기적 효과성이 의심됨.
 - 부유층에 초점을 맞춘 전국적인 기부 프로모션 캠페인을 진행하여, 보다 폭넓은 부유층들에게 기부への 접촉 기회를 높이고, 다양한 기부옵션 및 참여방식에 대한 장단점 즉 부유층의 기부에 관한 의사결정 과정에서 도움이 될 만한 정보들을 보급하는 것이 필요함.
 - 이러한 캠페인의 과정에서는 자산관리, 자녀교육, 가족관계, 기부의 효과성 등 우리나라 부유층들이 기부와 관련하여 장애 혹은 과제로 생각하고 있는 부분에 대한 다양한 해결책을 제시해 주는 기능도 수행할 필요성이 있음.
 - 이러한 작업들을 수행하기 위해서는 Giving Campaign처럼 미디어를 포함한 자선단체들과 금융기관, 학계, 정책가들의 공조가 필요할 수 있으며 이를 위해 독립적인 기구를 만들 수도 있으나 캠페인의 중심 주체를 미디어로 두는 것도 고려해볼 수 있음.

○● 3 | 비영리부문

- 본 연구를 통해 상당수의 부유층들은 기부를 하고 있으며, 적절한 상황에서 적절한 메시지와 관리가 주어진다면 보다 적극적으로 기부를 할 수 있을 것이라는 예측을 가질 수 있었는데 그 과정에서 비영리부문의 과제 역시 예외가 될 수 없었음.
- 따라서 다음은 비영리부문에서 필요한 부유층 기부 활성화 전략을 제시해 보고자 함.

>> 기부자 리더십 활용

- 기부행위를 하여 존경을 받는 이들, 그리고 단체 내의 모범적인 기부모델이 될 수 있는 기부자들을 기부자 리더(donor leader)로 적극 발굴 및 활용하여 다른 부유층들의 기부를 촉진하는 전략이 필요.
 - 기부가 공론화되어 있지 않는 상황에서 일반적으로 부유층들은 지인으로부터 기부권유를 받거나 자극을 받을 수 있는 모범적인 기부모델을 주위에서 갖지 않는 경우가 많음. 그러나, 기부를 하는 부유층들의 상당수는 이러한 ‘지인 역할모델’이 주요한 기부동인이었던 것으로 나타남.
 - 기부자 리더들은 기업인, 정치인, 종교지도자, 공인으로서 본연의 활동영역에서 두각을 나타냄과 동시에 바람직한 시민상, 부자상을 몸소 보여줌으로써 다른 부유층, 잠재적 기부자들에게 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 인물들이기에 이들의 활용은 매우 큰 효과성을 지님.

- 이들 기부자 리더들은 기부를 주저하는 사람들에게 기부에 대한 인식과 태도를 변화시키고 기부에 대한 영감을 불어넣으며 다양한 기부정보를 효과적으로 전달하는 등 부유층의 기부에 있어서 역할 모델, 옹호자, 멘토 등의 역할을 할 수 있을 것으로 기대됨.

- 특히 접근하기 어렵고 조심성이 많은 부유층들에 대한 중요한 소통 통로가 될 수 있는 것으로 보임.

● 기부자 리더십 전략에서 생각해볼 수 있는 세부전략들을 살펴보면 다음과 같음.

- 부유층에의 접근 및 관계 구축 시 단체 안팎의 기부자 리더를 활용하기.

▷ 부유층 기부자 개발에 있어서 비영리단체들이 가장 크게 어려움으로 호소하는 것이 바로 부유층에 대한 접근이 매우 어렵다는 것임. 따라서 잠재 기부자집단이라 할 수 있는 부유층에게 단체를 소개하고 기부참여를 설득할 수 있는 매개 역할을 하는 존재가 필요한데 바로 기부자 리더가 그러한 역할을 수행할 수 있음.

▷ 서구의 선진 모금기관들에서는 본인이 적극적인 기부자이면서 다른 부유층 기부자 개발을 위해 시간과 전문성, 네트워크를 제공할 수 있는 이들을 발굴하여 이들을 통해 다른 부유층 잠재 기부자들에 대한 접근성을 높이고 이들과의 신뢰 관계를 구축해나가고 있는데, 이는 벤치마킹이 필요한 요소임 (Community Foundation R&D Incubator, 2002).

▷ 우리나라에서는 비영리단체의 이사들이나 모범적인 부유층 고액기부자들을 중심으로 이러한 역할을 기대할 수 있을 것으로 보임. 이들을 활용해 이들이 보유한 풍부한 공식적, 비공식적 네트워크를 활용하여 접근하고, 접근된 부유층과의 신뢰관계 구축을 통해 잠재적 기부자들의 기부를 이끌어낼 필요가 있음.

▷ 이러한 전략이 성공하기 위해서는 실무진의 체계적인 지원이 필요하며, 또한 기부와 비영리부문의 가치와 역할, 사회적 욕구, 다양한 기부 방법, 기부 관련 세제 등 부유층 기부와 관련된 다양한 이슈들을 포괄하는 교육이나 훈련, 정보집을 기부자 리더들에게도 제공하는 것이 필요.

▷ 부유층 기부자 리더를 단체 내로 흡수하는 것도 한 방법일 수 있음. 미 공동모금회의 경우 고액기부자 클럽 회장과 모금팀 수장을 선임하는데 있어 현직 혹은 전직상 사회적 인정을 받고 있는 기업인들을 활용하고 있음(강철희 외, 2006). 이와 같은 전략은 부유층에 대한 접근성을 높이고 부유층 기부자 개발과 관리에 있어 전문성과 격을 높일 수 있다는 장점이 있음.

- 존경받는 기부자 리더를 기부 교육자, 옹호자로 활용.

▷ Bill Gates, Warren Buffet, Jeff Skoll, Ted Tuner 등은 세계 곳곳에서 기부에 대해 강연을 하고 제3세계의 열악한 상황을 세상에 알리는 등 적극적인 기부 옹호자 활동을 하고 있음.

▷ 사회적으로 혹은 단체 내에서 존경받는 모범적 부유층 기부자들로 하여금 잠재 부유층 기부자들을 대상으로 기부에 대해 강연을 하게 하는 등, 기부자 리더들이 자신의 경험에 기초하여 살아있는 기부 이야기들을 하게 하는 전략이 필요할 수 있음.

▷ 기부의 가치와 역할, 사회적 욕구, 그리고 기부의 사회적 파급효과에 대해 부유층의 시각에서 소통하는 것이 필요할 수 있을 것으로 생각되며, 존경하는 인물이 전하는 생생한 정보는 많은 부유층들의 마음을 자극할 수 있을 것으로 사료됨.

▷ 연예인 등 인지도 높은 인물을 홍보대사로 활용하는 것도 중요할 것이나, 향후에는 부유층들이 인정하고 따를 수 있는 다양한 영역에서의 모범적 기부자들을 기부 교육자, 옹호자로 발굴하고, 이들로 하여금 부유층을 대상으로 기부에 대한 이들의 지지를 공개적으로 알리고 기부동참의 가치와 필요성에 대해 설득하게 함으로써 부유층의 사회적 책임의식을 고양하고 기부참여를 제고하는 것이 필요한 것으로 보임.

- 부유층 기부자들의 기부 공개 독려.

▷ 해외 부유층에 비해 우리나라 부유층은 기부 시 익명을 원하거나 언론에 노출되는 것을 주저하는 경우가 다소 더 많은 편임. 겸손의 가치나 종교적 이유, 사회적 이목에 대한 부담 등을 이유로 조용한 기부를 선호하는 것으로 이해되는데, 이에 대한 장기적인 접근이 필요함.

▷ 부유층 기부자들에게 기부 공개가 주변 혹은 사회에의 기부를 주저하는 많은 부유층에게 영감과 용기를 주고 기부의 사회적 가치와 임팩트를 알리는 중요한 역할을 행한다는 것을 확신시키고 가급적이면 기부공개를 할 수 있게 독려하는 노력도 향후 지속적으로 필요할 것으로 보임.

>> 기부자 교육 전략

● 최근 서구에서 부유층 기부 활성화 전략으로 새롭게 부각되고 있는 것이 기부자 교육 전략임(Siegel & Yancey, 2003). 기부자 교육은 기부자들이 기부를 알게 하고 보다 전략적인 기부를 할 수 있도록 돕는 다양한 형태의 노력으로 정의할 수 있는데(Johnson et al., 2004), 우리나라에서도 부유층을 위해서 기부교육의 전략을 비영리단체를 중심으로 활성화시킬 것을 제안함.

- 기부자 교육의 핵심 목표는 기부자와 잠재기부자들에게 기부와 관련된 철학적, 기술적 내용들을 교육하고 지역사회의 다양한 욕구와 자선단체의 다양한 사업들을 알리며 궁극적으로 기부자들이 보다 효과적이고 적극적으로 기부하도록 성장시키기(cultivating) 위함이라 하겠는데(TPI, 1997), 특히 우리나라와 같이 부유층 기부문화가 아직은 덜 성숙하지만 부유층의 기부교육 및 정보에 대한 욕구는 높아지는 상황에서는 기부자 교육은 부유층의 기부 촉진 전략이 될 수 있을 것으로 보임.

- 기부자 교육의 내용으로는 부유층을 대상으로 기부와 비영리부문의 역할, 다양한 기부 수단 및 방법, 기부 관련 세제, 기부 자산의 관리, 전략적 기부의 방법, 자녀의 자선적 가치 함양 등이 포함시켜 기부의 다양한 주제들이 폭넓게 다룰 필요가 있음.

- 기부자 교육의 형식은 비영리단체의 기부컨설턴트에 의한 일대일 교육 혹은 상담(one-on-one), 세미나, 워크샵, 이벤트 등의 집단 교육, 만찬, 소규모 모임 등의 지인이나 동료(잠재) 기부자들과 함께 하는 교육, 기부처 현장 방문, 이사회 활동, 자원봉사활동, 기관 대표와의 미팅과 같이 비영리단체 내외에서 직간접으로 참여하면서 학습할 수 있는 다양한 방식으로 교육내용을 구축할 필요성이 있으며, 부유층들의 욕구에 맞게 다양한 방법들을 적절히 혼합하는 것이 필요.

● 비영리단체에서 부유층을 대상으로 제공하는 기부자 교육프로그램 사례

● **The Philanthropy Workshop(www.instituteforphilanthropy.org)**

- 1995년 The Rockefeller Foundation에 의해 만들어진 공식 기부자 교육 프로그램으로, 기부에 대규모 투자를 생각하는 최상위 기부자들이 주된 타겟.
- 런던과 뉴욕, 개발도상국에서 각각 1년에 3회에 걸쳐 워크샵이 진행되며, 전략적 기부, 리더십 개발, 협력 기반 문제 해결 등의 3가지 교육내용(module)을 제공.
- 교육 이후에도 자선가들의 네트워크를 통해 지속적인 학습 지원 제공.
- 1년에 20명 이상의 자선가들을 대상으로 하며 각 사람 당 \$18,000의 교육비 받고 있음.
- 2001년에는 아르헨티나의 한 대학에 분교(affiliate)를 만들었고 2002년에는 Hewlett Foundation, TOSA Foundation과 함께 실리콘 밸리에도 분교를 만들. 2006년에는 특히 미국 밖에서의 교육 수요의 증대로 현재는 영국에 있는 Institute for Philanthropy로 사업이 이관됨.

● **재단 학교(foundation school)(www.cafonline.org)**

- 영국의 Charities Aid Foundation(CAF)는 2008년 8월에 브라질과 러시아의 부유층 자선가와 그들의 어드바이저들을 대상으로 재단학교(foundation school)를 시범운영 중에 있음.
- 브라질의 상파울로에서 처음 시작된 재단학교는 브라질의 최고 부유층의 가족과 어드바이저 15명을 대상으로 교육이 이루어졌음. 이들의 교육 참여자의 총 자산의 합이 \$100billion을 넘을 정도로 브라질의 대표 부유층들이 참여한 것으로 알려짐. 2차 교육은 러시아에서 2008년 10월부터 시행되고 있음.
- 총 6일 간의 교육일정을 가지며, 교육 대상자들의 특성상 4개월에 걸쳐 진행되며, 재단과 기금 관리에 대한 경험과 지식에 대해 교육.
- Gates Foundation, London Business School, Aspen Institute, TPI 등 자선부문의 리딩 기관들의 고위 인사들이 교수진으로 참여.

● **부유층 자녀를 위한 나눔교육 제공.**

- 최근 자녀에게 부를 책임 있게(responsible) 사용하고 관리하는 것에 대해 훈련시키는 것에 관심을 갖고 있는 부유층들이 많아지고 있는 것으로 보이며, 이러한 가운데 자녀의 나눔교육에 대한 관심 역시 높아지고 있는 것으로 보임.
- 역사적으로 미국의 부유층들은 가족의 나눔전통 계승이나 경제교육 등을 목적으로 자녀를 어린 시절부터 나눔문화에 익숙해지도록 해 왔음(TPI, 2009). 최근에는 미 금융기관들이 자녀에 대한 나눔교육을 가족의 부 이전 계획(wealth transfer planning)의 한 전략으로 권고하기도 하는데(Northern Trust, 2007), 이러한 접근을 개발할 필요가 있음.
- 최근 국내 금융기관들이 부유층 고객들의 자녀들을 위한 경제교육을 제공하는 것과 같이, 비영리단체들도 부유층 기부자와 잠재 기부자들에 대한 교육과 함께 그들의 자녀들을 위한 나눔교육이나 부모와 자녀가 함께 기부에 대해 배우고 참여할 수 있는 다양한 기회를 제공하는 것이 필요할 것으로 보임.

- 부유층 자녀들이 어린 경우에는 부모와 함께 크고 작은 기부행사나 봉사활동에 참여할 수 있도록 한다거나, 청소년기나 대학생의 경우에는 부유층 자녀들만을 위한 일종의 클럽(Youth Philanthropy Leadership Club등)을 만들어 줘서 직접 모금과 배분에 대해 계획하고 실천해 볼 수 있는 기회를 제공할 수도 있음. 기금 설립과 관리가 가능한 비영리단체라면 부유층들을 위한 가족펀드를 활용해볼 수도 있음.

>> 기부자 발굴 및 관리 전략

● 부유층과의 장기적인 신뢰관계 형성 및 양육 과정이 필요.

- 부유층 기부자의 발굴은 단체와 부유층 간의 잘 구축된 관계에 의해서만 가능함. 비영리단체는 잠재 부유층 기부자가 가지고 있는 기부 역량과 의지, 사회적 관심사, 과거의 기부 경험, 단체에 대한 인식 등에 대한 이해를 바탕으로 접근하고, 지속적이고 개별화된 양육(cultivation) 과정을 통해 부유층들과 장기적인 신뢰관계를 구축하고 기부자가 되는 과정을 지원하고 지지해줄 필요가 있음.

- 이를 위해서는 부유층 기부자 발굴에 대한 장기적인 비전과 계획이 요구됨.

● 기부자 충성도 증대 및 성장을 위한 기부자 관리 전략이 필요.

- 부유층이라도 처음부터 큰 규모의 기부부터 시작하는 경우는 드물음. 대개는 기부를 조심스럽게 시작하면서 다양한 채널을 통해 신뢰할 수 있는 정보를 얻은 후 보다 큰 규모의 기부를 결심하게 되며, 이러한 과정이 반복되는 경향이 있기 때문에 시작부터 관리는 핵심과제임.

- 비영리단체는 부유층 기부자들의 충성도를 높여 차후에 다시금 그리고 더 많이 기부를 하게 할 필요가 있음. 이를 위해서는 우선 기부자들에게 기부금이 어떻게 사용되는지, 그들의 기부가 사회에 어떠한 임팩트를 불러일으켰는지에 대한 지속적인 보고가 필요함. 이를 통해 기부자들로 하여금 자신의 기부에 대한 확신을 심어주고 보다 나은 기부자로서 더욱 성장하고픈 욕구가 커지게 할 필요가 있음.

- 부유층 기부자들을 대상으로 처음부터 고액기부를 요청하는 것이 아니라 낮은 규모로부터 시작하도록 권하고 지속적인 기부자 교육과 함께 일정 기간에 걸쳐 규모를 점차 증대시켜 순차적으로 고액기부자로 성장시키는 기부자 성장 프로그램을 진행해 볼 필요도 있음.

● 부유층 기부자를 위한 인정(recognition) 및 보상(reward) 전략.

- 본 연구를 통해 부유층 기부자들(특히 고액기부자)이 비영리단체로부터 기부에 맞는 적절한 인정과 혜택을 바라고 있는 것으로 확인되고 있는데, 기부자 인정은 기부금에 대한 인정을 넘어서 그만큼의 기부를 할 수 있게끔 밑거름이 된 기부자의 삶과 철학, 부에 대한 인정까지 포함되어야 함.

- 기부자 보상의 수준은 기부 규모에 따라 다르게 준비하는 것이 비용 측면에서, 그리고 향후 기부자 성장 관리에도 도움이 될 것으로 보임.
- 기부자 보상의 내용은 개별 기부자의 동기와 상황, 그리고 욕구(공식적인 인정 욕구, 기부자 리더십 활동의 욕구, 자신의 전문성 활용 욕구, 교육의 욕구, 특별 서비스의 욕구 등) 등을 고려하여 맞춤형으로 제공되는 것이 필요하며, 형식적인 것이기 보다는 기부자가 보상이라고 느낄 수 있을 정도의 혜택을 제공하는 것이 필요.

>> 부유층의 욕구와 상황에 적합한 다양한 기부방식의 개발 및 제안

● 자산규모, 통제 욕구, 경제적 불안정 정도, 참여 욕구 등을 반영한 다양한 기부방식의 개발과 제안이 필요.

- 자산규모를 고려하여 재단 설립 외의 기부방식이 유리한 부유층들에게는 기부처나 기부규모, 시점 등에 대한 통제가 가능하면서 동시에 가족재단 같이 실제 참여하며 운영할 수 있는 기부자 조언 기금(donor advised fund)이나 지정기부 등을 제안하는 것이 바람직할 수 있음.
- 우리나라 부유층들이 노령화되면서 충분한 수준의 자산을 보유하고 있으면서도 고정수입이 없는 관계로 경제적으로는 불안정하다고 느끼는 이들이 많은 것으로 사료됨. 노년기에 있는 부유층들에게 일정한 수입을 보장하면서 사후에 남은 자산을 본인이 선택한 단체에 기부를 할 수 있도록 하는 다양한 계획기부 방식이나, 연금이나 보험 등을 통한 기부방식 등을 개발하여 제안해 볼 필요가 있음.
- 기부와 동시에 직접적인 참여(engagement)를 원하는 이들을 위해서 그리고 혼자서 기부를 실행하며 갖게 되는 기부에 대한 재정 및 심리적 부담감을 낮추게 하기 위해 함께 기부하게 하는 공동 기부(peer-based philanthropy)를 부유층들에게 소개하면서 이들이 다양한 형태의 기부서클에 참여할 수 있게 하는 방식을 제안해 볼 수도 있음.
- 여러 기부방식들을 적절하게 혼용 및 혼합하면서 기부자의 다양한 욕구를 만족시키고 기부방식 간의 지렛대 효과 및 시너지 효과를 제고시키면서 기부의 총 임팩트를 극대화하는 포트폴리오 기부방식(portfolio philanthropy)도 제안해 볼 수 있음.

>> 전문 어드바이저와의 협력관계 구축 및 지원

- 부유층에 대한 영향이 증대되고 있는 전문 어드바이저들과의 협력관계를 통해 비영리단체들은 접근하기 어려운 부유층 기부자를 발굴하는 전략이 요구됨.
- 비영리단체들은 전문 어드바이저들에게 고객들에게 제공하는 본연의 서비스를 해치지 않으면서 고객의 자선적 욕구를 충족시키고 향후 중요한 서비스 영역이 될 수 있는 자선부문에 대한 전문성을 제고하는데 기여할 수 있음을 확신시키고 다각적인 지원을 통해 전문 어드바이저들과 우호적인 신뢰관계를 구축하는 것이 필요.

● 부유층 기부 활성화를 위해 비영리단체들이 전문 자문가들과 협력하기 위한 방안들을 살펴보면 다음과 같음.

- 부유층의 기부자문을 위한 파트너십 구축.

- ▷ 비영리단체는 어드바이저들과의 협력을 통해 부유층 고객들의 기부 역량에 대해 보다 정확한 평가를 할 수 있으며, 부유층 고객에 대한 접근성을 제고할 수 있으며, 기부자산에 대한 전문적 투자자문을 실현할 수 있는 기회를 갖기 때문에 이러한 노력은 필수적인 것임.
- ▷ 단체의 기부컨설턴트와 전문 어드바이저들이 부유층을 위한 기부자문에 상호 쉽고 편리하게 참여할 수 있도록 하는 참여 프로세스를 구축하는 노력이 필요할 수 있음.

- 전문 어드바이저들에 대한 지속적인 교육과 훈련 및 정보 지원.

- ▷ 많은 어드바이저들은 부유층의 자선 욕구를 충족시키기에는 본인들의 기부관련 지식이 턱없이 부족하다는 것을 호소하고 있음.
- ▷ 기부와 비영리단체의 기능, 부유층의 기부에 대한 이해를 제고할 수 있는 교육을 이들에게도 제공함으로써, 전문 어드바이저 스스로 부유층 기부의 가치를 인정하고 이것이 기부 자문 시 고객에게 확신 있게 전달될 수 있도록 하는 것이 필요함.
- ▷ 어드바이저들을 위한 정기적인 행사를 세미나나 워크샵 등을 통해 개최하면서 재단, 기부자 조인 기금(donor advised fund), 유산기부, 여타 계획기부 등 부유층에 적합할 수 있는 다양한 기부옵션의 장단점을 설립 및 운영, 관련된 절차와 규정, 비용 등의 측면에서 상세하게 교육하는 프로그램이 절대적으로 필요.
- ▷ 이와 더불어, 어드바이저들이 고객 상담시 활용할 수 있는 정보들에 대한 매뉴얼이나 핸드북(예: Arizona Community Foundation's Charitable Giving Guide for Professional Advisors) 등의 정보집과 도구(tools)를 개발하고 지원하는 것을 고려해볼 필요가 있음.
- ▷ 비영리단체 웹사이트에 전문 어드바이저 섹션을 만들어 이들만이 사용할 수 있는 정보포털을 제공하거나 어드바이저들이 기부와 관련하여 가장 먼저 자문을 구할 수 있는 온라인 지원 서비스를 제공하는 것도 고려해볼 수 있음.

○● 4 | 전문 어드바이저

- 최근 부유층 기부와 관련하여 전문 어드바이저의 역할이 급부상하고 있음. 자산관리사, 변호사, 회계사, 세무사 등의 전문 어드바이저들은 부유층의 자산과 가족을 지키는 전문적 집사(steward) 기능을 행하는 이들로써 이들에 대한 부유층의 의존이 향후 더욱 증대될 것으로 예상됨.
- 다음은 전문 어드바이저들이 우리나라 부유층의 기부 활성화를 위해 활용할 수 있는 전략들에 대해 제안해 보고자 함.

>> 기부자문 서비스의 확대 실시

- 사회가 노령화되면서 자녀에게 유산을 미리 남겨주고 남은 자산으로 사회환원을 고려하는 부유층이 많아지는 것으로 보고되고 있는데, 고객 유지 및 만족이라는 차원에서 이들의 자선적 욕구를 충족시킬 수 있는 기부자문 서비스를 확대하는 것은 이제 필수불가결한 과제로 보임.
- 최근 미국과 영국의 금융기관들이 부유층의 기부를 자산관리(wealth management)의 일부로 통합시키는 것이 추세임. 앞으로 부유층 기부의 세제 환경이 지속적으로 개선될 것으로 보이기 때문에, 우리나라에서도 역시 기부가 부유층의 자산관리의 중요한 한 부분이 될 것으로 예상되며 이에 대한 준비가 필요할 것으로 보임.

>> 부유층의 실제 기부 역량에 대해 확인시키기

- 경제적 안정도와 관련해서 부유층이 자신의 실질적인 수준(true level)을 본인 스스로 직접 확인할 수 있도록 도와야 함. 즉, 기부자들이 스스로 경제적으로 안정적이라는 사실을 충분히 깨우칠 수 있도록 확인시키는 것이 부유층의 기부를 이끌어내는 첫 번째 단계이라는 사실을 인식하면서 이러한 노력을 경주하는 것이 필요함. 즉 보다 진지하게 부유층을 존중하는 방식으로, 고객이 향후 본인의 노후생활과 자녀 유산을 위해 필요한 안정적인 자산규모가 어느 정도인지, 비영리단체에 기부할 수 있는 규모는 어느 정도면 되는지에 대해 부유층 스스로 인식할 수 있도록 전문적으로 가이드 하는 것이 필요함.

>> 비영리단체와의 파트너십 구축

- 아직까지는 전문 어드바이저들이 기부에 대한 이해와 정보가 부족한 관계로, 부유층을 위한 기부자문에 있어서 전문 어드바이저와 비영리단체의 기부컨설턴트가 함께 공조하면서 부유층의 기부를 이끌어내고 지지해 주는 것이 바람직할 것으로 보임.
- 특히 기부를 할 사업 아이템을 개발(cause development)하는 데에 있어서는 전문 어드바이저들의 전문성만으로는 많은 한계가 있음. 따라서 기부의 대상을 고려하는데 있어, 사회복지, 교육, 의료, 예술 등 부유층들이 관심 있어 하는 다양한 분야에서 활동하는 비영리단체들의 분야 전문가들과 함께 협력하면서 부유층의 기부 욕구를 개발시킬 필요성이 있음.

>> 기부자문 서비스를 제공하는 전문 어드바이저 간의 네트워크 구축

- 우리나라에서는 아직까지 전문 어드바이저들에 의한 기부자문 서비스가 활성화되어 있지는 않기 때문에 이들 간의 기부자문 관련 네트워크도 구축되지 않고 있는 상황임. 따라서 기부자문을 하는 다양한 영역의 전문 어드바이저들 간에 정보 교환과 상호 전문견해를 공유할 수 있게 지지하고 지원해 주는 시스템이 필요할 수 있음.

참고문헌

1. 국내문헌

강철희 · 김미옥, “부유층의 기부과정에 관한 연구”, 『한국사회복지학』제59권 제2호, 2007.5.

변은지 · 이종은 · 이경은, “우리나라 부유층의 기부 수준 영향요인에 관한 연구”, 『한국비영리연구』 제7권 제1호, 2008.6.

이용숙, 『실행연구방법』, 학지사, 2005.7.

2. 외국문헌

Asia - Pacific Centre for Philanthropy and Social Investment, “How the Wealthy Give: Comparison between Australia and Comparable Countries(USA, Britain, and Canada).”, Swinburne University of Technology, Melbourne, 2004.10.

Asia - Pacific Centre for Philanthropy and Social Investment, “Encouraging Wealthy Australians To Be More Philanthropic-A Report for the Petre Foundation.”, 2005.10.

Barclays Wealth, “Barclays Wealth Insights White Paper-The Changing Face of Philanthropy: Today, Tomorrow and Beyond.”, 2007.9.

The Center for Survey Research and Analysis University of Connecticut, “Dallas Survey on Giving: High-Net Worth Individuals and Private Foundations- Building a Better Community.”, 2000.12.

The Center on Philanthropy at Indiana University, The Study of High Net-Worth Philanthropy (Bank of America), 2006.

The Center on Philanthropy at Indiana University, The Study of High Net-Worth Philanthropy (Bank of America), 2007.

Civil Society Working Paper, “Generosity versus Altruism: Philanthropy and Charity in the US and UK.”, 2002.1.

Community Foundation R&D Incubator, “High Net Worth Individuals-Giving Back to Community”, 2002.

Deutsche Bank, “Wealth with Responsibility Study/2000.”, 2000.

Hauser, B. R., “Charitable Giving: Noblesse oblige, The Gospel of Wealth, and Other Shibboleths.” The Journal of Wealth Management, 2004.

Havens, J. J. and Schervish, P. G. “Why the \$41 trillion wealth transfer estimate is still valid: A review of challenges and questions”, Center on Wealth and Philanthropy, Boston College, 2003.

The Giving Campaign, “Campaign Review-The Giving Campaign 2001-2004”, 2005.

Institute for Public Policy Research, “A Bit Rich? What the Wealthy Think about Giving.”, 2002.5.

Kottasz, R., “Differences in the Donor Behavior Characteristics of Young Affluent Males and Females: Empirical Evidence from Britain.”, International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, Vol. 15, No.2, 2004.6.

Lloyd, T., “Why Rich People Give.”, Philanthropy UK, 2004.

Mackenzie, S., “Wealth and Philanthropy: the views of those who advise the rich: A qualitative assessment of recent trends”, Philanthropy UK: report, 2007.

Madden K., “2002 Study of the Financial Adviser’s Role in Philanthropy.” Centre of Philanthropy and Nonprofit Studies, Queensland University of Technology Brisbane, Australia, 2004.4.

Ostrower, F. Why the wealthy give: The culture of elite philanthropy, Princeton University Press, 1995.

Panas, J. Mega Gifts, Emerson & Church, 2005.

The Philanthropic Initiative, Inc., “Doing Well by Doing Good- Improving Client Service, Increasing Philanthropic Capital: The Legal and Financial Advisor’s Role.”, 2000.

The Philanthropic Initiative, Inc., “What’s a Donor to DO? -The State of Donor Resources in America Today”, 2000.8.

The Philanthropic Initiative, Inc., “Doing Well by Doing Good in California- Improving Client Service, Increasing Philanthropic Capital: The Legal and Financial Advisor’s Role.”, 2004.1.

- Queensland University of Technology**, "Good Times and Philanthropy- Giving by Australia' s Affluent." 2008.3.
- Saffery Champness**, "Philanthropy among wealthy: UK charitable giving lags behind US." , 2005.4.
- Schervish, P. G.**, "Better Than Gold: The Moral Biography of charitable Giving." , Presented at the 2003 California Dreamin' Conference, Irvine, CA.
- Schervish, P. G., Forthcoming**: The Modern Medici: Patterns, Motivations, and Giving Strategies of the Wealthy. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2000.
- Schervish, P. G.** "Inclination, Obligation, and Association: What We Know and What We Need to Learn about Donor Motivation." In D.F. Burlingame(ed), Critical Issues in Fund Raising. New York: Wiley, 1997.
- Schervish, P. G.**, "The Inheritance of Wealth and the Common Wealth: The Ideal of Paideia in an Age of Affluence." , New Directions for Philanthropic Fundraising. No. 42, Winter 2003, Wiley Periodicals, Inc.
- Schervish, P. G.** "Major Donors, Major Motives: The People and Purposes Behind Major Gifts." , In D.F. Burlingame(ed), New Directions for Philanthropic Fundraising: Developing Major Gifts. New York: Wiley , 1997.
- Schervish, P. G.**, "The Material Horizons of Philanthropy: New Directions for Money and Motives." , New Directions for philanthropic Fundraising, No.29, pp. 5-17, 2000.
- Schervish, P. G.** "Money and Hyperagency: The Wordly Empowerment of Wealth." Presented at the Conference on Money: Lure, Lore and Liquidity Hofstra University, 1991.
- Schervish, P. G.**, "The Spiritual Horizons of Philanthropy: New Directions for Money and Motives." , 2000.
- Schervish, P. G.**, and Havens, J. J. "Gifts and Bequests: Family or Philanthropic Organizations?' , In Death and Dollars, edited by Alicia H. Munnell and Annika Sunden. Washington, D.C.: The Brookings Institution Press 130-158, 2003.
- Schervish, P. G.**, and Havens, J. J. "The Mind of the Millinaire: Findings from a National Survey on Wealth and Responsibility." IN E.R. Tempel (ed), Understanding Donor Dynamics: The Organizational Side of Charitable Giving. New Directions in Philanthropic Fundraising, no. 32. San Francisco: Jossey-Bass, 2001.
- Schervish, P. G., and Havens, J. J.** "The Mind of the Millionaire: Extended Report of the Wealth and Responsibility Study/ 2000." , Center on Wealth and Philanthropy Boston College, 2001.
- Schervish, P. G., and Herman, A.** Empowerment and Beneficence: Strategies of Living and Giving Among the Wealthy. Final report, the Study on Wealth and Philanthropy . Presentation of findings from the Study of Welath and Philanthropy, submitted to the T.B. Murphy Foundation Charitable Trust, 1988.
- Schervish, P. G., O' Herlihy, M. and Havens, J. J.** "Agent animated wealth and philanthropy: The dynamics of accumulation and allocation among high-tech donors" . Boston Social Welfare Research Institute, Boston Collage, 2001.
- Schervish, P. G. and Szanto, A.**, "Wealth & Giving by the Numbers" , In Reflections: Excerpts from Wealth and Giving Forum Gatherings Issue 2, pp. 31-49, 2006.
- Scorpio Partnership**, "Philanthropy amongst ultra high net worth individuals and family offices in Europe: the United Kingdom, Switzerland and Germany." , 2007.6.
- Shanton, D.**, "Young, Wealthy - and Generous: A New Generation of Millionaires is Changing Philanthropy." , Marts & Lundy Counsel Inc, 2003.
- Shirley Sagawa**, "Working with Today' s New Donors: Lessons from Research and Practice." , 2001.9.
- Siegel, D. and Yancey J.** "Philanthropy' s Forgotten Resource?: Engaging the Individual Donor-The State of Donor Education Today & A Leadership for The Road Ahead" , Donor Education Iniative: Summary Report, New Visions PRD, 2003.
- Taylor, J., Webb, C., and Cameron, D.**, "Charitable Giving by Wealthy People." , Her Majesty' s Revenue and Customs, 2007.4.
- The T.B. Murphy Foundation**, "Financial and Psychological Determinants of Donors' Capacity to Give." , In Understanding the Needs of Donors: The Supply- Side of Charitable Giving, Number 28, pp. 33-49, 2001.

Tracey, D. and Baker, C. “How the wealthy give: comparisons between Australia and comparable countries(USA, Britain and Canada)”, Asia-Pacific Centre for Philanthropy and Social Investment, 2004.
Tracey, Denis, “Encouraging Wealth Australians to be more Philanthropic: A Report for the Petre Foundation”, Asia-Pacific Centre for Philanthropy and Social Investment, Swinburne University of Technology, 2005.

www.instituteforphilanthropy.org

www.cafonline.org



02

종합토론

좌 장 한동우 | 강남대학교 사회복지대학원 교수

토론자 김정철 | 하나은행 Wealth Manager 팀장

서영일 | 사회복지공동모금회 자원개발팀 팀장

엄상익 | 변호사, 아름다운가게 1호점 씨앗기금 기부자

이무석 | 영남대학교 발전협력팀장, 전국대학발전기금협의회 회장

이종우 | 온수산업단지관리공단 이사장, 영남대학교 발전기금 기부자

최영우 | (주)도움과 나눔 대표

거액 자산가들의 기부에 대한 인식과 기부 문화 활성화를 위한 제언

I. 들어가는 말

기부에 대한 인식은 天人天色이라고 할 수 있어 자산가 마다 그 생각이 서로 상이합니다. 따라서 기부에 대한 인식을 몇 가지 유형으로 나누는 것이 다소 어려울 수 있지만 거액 자산가들이 어떻게 富를 형성했는지를 살펴봄으로써 자산에 대한 인식과 기부에 대한 태도를 확인해 볼 수 있으며 거액 자산가들의 기부 방법과 기부를 고려할 때 가장 걸림돌로 생각하는 내용을 실제 사례를 통해 확인해봄으로써 우리 사회에서 기부가 조금 더 활성화 될 수 있는 방법들을 도출해 볼 수 있을 것입니다.

II. 거액 자산가들의 자산 형성 과정과 기부에 대한 인식

1. 자수성가형

소기업에서 출발하여 평생을 투자해 큰 규모의 회사로 성장시키신 분들이나 또는 젊은 사업가로 기업 매각을 통해 富를 형성한 고객들로서 해당 유형의 자산가들은 삶의 고단함에 대한 깊은 인식을 가지고 있으며 비교적 기부 또는 부의 사회환원이라는 것에 대한 긍정적인 마인드가 있습니다.

2. 상속·증여형

국내 거액 자산가들은 先代로부터 물려받은 토지 또는 빌딩의 매각을 통해 富를 형성한 경우가 많은데 자신의 땀과 노력에 의한 자산 형성 과정을 겪지 않았고 해당 유형의 경우 자산에 대한 이해관계인들이 많기 때문에 富의 사회환원에 대한 생각의 여유가 비교적 적습니다.

3. 전문가형

의사, 변호사 등을 포함한 고액 연봉자들의 경우 先代로부터 물려받은 자산이 많지 않은 경우 대체로 큰 富를 형성하지 못하고 있고 또한 근로소득을 통해 富를 형성해가고 있으며 대부분 안락한 노후를 준비하고 있어 기부에 대한 생각을 쉽게 구체화시키지 못하는 경우가 많습니다.

III. 기부가 어려운 이유

기부가 활성화 되지 못하고 자산가들이 기부라는 것을 쉽게 생각하지 못하는 데는 여러 가지 이유가 있으며 몇 가지 사실적이고 직접적인 실례를 들어 설명 드리면 다음과 같습니다. 우선 거액 자산가들의 경우 자산이 많은 만큼의 복잡한 개인 또는 가정사가 있습니다. 따라서 여유가 있어 다른 사람들을 도와 주고 싶더라도 본인이 쉽게 의사결정을 못하는 경우가 많습니다. 예를 들어 노년의 자산가가 자신의 자산 중 일부를 기부하고자 하더라도 부인이나 자녀들의 생각이 어떠한지에 대한 고민을 하게 되고 혹시나 정에 작은 불화가 되지는 않을까 걱정하는 경우가 있습니다. 또한 거액 자산이 있을 경우 해당 자산에 대한 이해관계가 복잡하게 얽혀 있는 경우가 있습니다. 이런 경우는 상속이나 증여에서 흔히 볼 수 있는데 자산에 대한 의사 결정을 혼자 할 수 없는 경우에는 기부라는 것은 생각조차 못하게 되는 것 같습니다. 둘째로 기부를 통해 자신의 신분이 사회에 노출되는 것을 꺼려하는 경우가 있습니다. 실례로 익명을 통한

기부가 충분히 가능함에도 혹시나 하는 걱정을 하시는 분들이 의외로 많이 있으며 이런 이유는 기부를 통해 자산의 형성과정이 밝혀지거나 사회로부터 주목을 받는 것에 대한 부담이 있기 때문인 것으로 생각됩니다. 저희 본부 고객 중에서 私金融을 통해 어마어마한 부를 형성하신 분이 있습니다. 이 고객의 경우 자산의 형성과정에 대해 말씀하시는 것을 꺼려하시며 실제 재단을 통한 기부를 고려하신 적이 있으셨지만 쉽게 용기를 내서 의사 결정을 하지 못하였습니다. 이것은 우리나라의 거액 자산가들은 부동산이나 상속·증여 등을 통해 자산을 형성하신 경우가 많고 이런 분들의 기부에 대한 마인드가 아직은 작기 때문인 것 같습니다.

세 번째 장애요인이라면 기부 금액에 있다고 생각합니다. 저희가 고객을 상담하면서 아름다운 재단을 소개하거나 자산의 사회환원에 대한 언급하게 되면 큰 금액을 기부해야만 한다는 생각을 가지고 있는 것 같습니다. 실제로 빌 게이츠나 워렌 버핏과 같이 천문학적인 자산을 기부하는 저명 인사들의 내용이 언론에 많이 나오고 있어 자신이 생각하는 금액이 소액이라고 생각하고 무슨 도움이 될 수 있을까 하는 소극적인 생각을 하시며 실제로 많은 자산을 가지고 있음에도 불구하고 자신은 기부를 할 정도의 자산을 갖고 있지 않다고 생각하는 경우가 있습니다.

무엇보다도 가장 중요하게 생각해 봐야 할 것은 기부라는 용어 자체에 대한 인식이 없거나 진지하게 생각해 볼 기회가 없다는 것입니다. 많은 자산가분들이 다른 사람을 도와주고 싶다고 생각을 하게 되고 점차 기부에 대한 관심이 증가하고 있지만 아직까지는 대부분의 자산가들이 기부에 대한 생각과 방법에 대해서 구체적으로 알고 있지 못하다는 것입니다. 즉, 기부에 대한 거부감이 있다기 보다는 기부라는 말이 익숙하지 않고 기부라는 것을 모르고 있다는 것입니다.

IV. WM본부의 기부 활성화 노력

1. 본부 소개 및 고객 세미나를 할 경우 “비재무적 이슈” 부분에 아름다운 재단을 소개하고 있으며 최근 거액 자산가들의 사회 참여가 활발해지고 있고 고객이 원할 경우 전문적인 기부 컨설팅을 받을 수 있다는 내용을 전달하고 있습니다.
2. 절세방안의 하나로 기부가 활용될 수 있음을 알리고 있습니다. 즉, 합법적이고 정당한 절차를 거쳐 자산의 이전시 발생하는 세금을 절약할 수 있고 또한 주위의 어려운 사람들을 도울 수 있다는 것을 알리고 있습니다.
3. 현재 WM들을 대상으로 기부에 대한 체계적인 학습을 하기 위해 준비하고 있고 해당 교육을 수료하게 되면 명함의 한쪽에 기부컨설턴트라는 내용을 담아 신규 고객을 만나거나 업무상 명함을 교환할 때 많은 사람들이 기부라는 단어를 보게 되고 기부라는 주제에 대해 짧지만 가벼운 대화가 가능할 수 있게 준비하고 있습니다. 이러한 작은 실천을 통해 많은 사람들이 기부에 대한 긍정적인 생각을 하게 될 수 있을 것이라고 생각합니다.

V. 맺음말

거액 자산가들에게 기부란 생각보다 쉽지 않은 이슈인 것 같습니다. 자산이 많은 사람은 우선적으로 그 자산을 지키거나 증식하는데 보다 더 많은 노력을 하기 때문입니다. 따라서 앞으로 기부가 조금 더 활성화 될 수 있기 위해서는 우리 사회에서 기부에 대한 생각이 보편적이고 일반화될 수 있어야 하며 다양한 계층의 참여와 함께 쉽고 편한 기부 프로그램이 많이 나와야 할 것입니다.

1. 한국의 개인기부 문화와 제언

- 1) 기업의 소유주 등 갑부들은 주로 기업이익을 기부함으로써 개인기부역할을 감당하여왔다고 생각하는 경향이 강하였고 일부 갑부들의 기부도 일시적인 기부가 주류를 이루어 왔음.
- 2) 그러나 일부 기업 소유주나 기부들이 개인적인 돈의 사회환원에 눈뜨기 시작하고 연예인, 저소득고령자의 유산기부 등 다양한 직종의 참여가 시작되고 있음.
- 3) 또한 한국은 아직 유언이나 유언장 작성에 대한 문화가 되어있지 않고 자손에게 유산증여하려는 경향이 강하여 고액(유산)기부의 유치에 장애요인이 됨. 이에 대한 사회적, 문화적 계몽이 필요하며 세제 및 제도적 지원이 병행되어야함.

2. 공동모금회의 고액기부 활동

1) 고액기부클럽(아너 소사이어티-Honor Society) 창립

(1) 설립배경

- 공동모금회는 지난 10년간 국민의 기부인식 성장과 기업 사회공헌 활성화에 힘입어 높은 모금 성장을 달성하였으나, 개인기부 비율이 80%를 넘는 기부 선진국 미국의 경우와 비교해 볼 때 한국의 개인 기부는 35%에 머물고 있음.
- 개인기부의 활성화는 성숙한 기부문화를 만들어 안정된 사회공동체 발전을 도모하며 특히, 사회 지도자층의 고액 기부는 사회적으로 모범이 되어 개인들의 기부를 이끄는 견인차 역할을 함.
- 이런 시대적 요청에 따라 모금회는 지난 2007년 12월부터 사회적으로 존경받는 지도자들을 대상으로 개인 고액기부자 클럽인 '아너 소사이어티'를 설립함.

(2) 설립목적

- 심화되는 양극화로 인해 사회공동체가 당면하게 될 사회적 문제를 성숙한 기부문화를 통해 전문적이고 창조적으로 해결하고자 함.
- 또한, 우리사회의 오랜 나눔 전통을 현대사회에 맞게 되살려 한국형 노블레스 오블리주 문화를 만들어가고자 함.

2) 현황 및 활동내용

(1) 회원현황

아너 소사이어티 설립이후 기업CEO를 비롯하여 방송인등 각계인사 약 30명이 가입조건을 획득, 그 중 9명의 기부자께서 공개 가입함.(중앙 : 3명, 지회 : 6명)

(2) 언론보도 현황

- 신문지면 : 80회(보도기사 75회, 특집기획기사 5회)
- 방송 : 10회 방송(뉴스 8회, 특집보도방송 2회)

(3) 주요 활동

- 한국부자학연구학회 1주년 기념 공동행사 : 2008년 9월 17일
- 고액자산가 고액기부 실태조사 발표(사무총장)
- 공동모금회 10주년 기념식 : 2008년 11월 13일
- 고액기부자 감사패 전달 및 초청(19명)
- '한국의 노블레스오블리주' PB초청좌담회 : 2008년 11월 19일
- 국내 유명 PB 30명을 초청
- 사랑의열매 & 앙드레김 희망나눔패션쇼 : 2008년 11월 24일
- 고액기부자/잠재기부자 만찬 및 감사인사(40명)
- 사랑의열매 명예의전당 오픈 : 2008년 12월
- 미국 경제 격주간지 <포브스> : 2009년 3월
- 아시아?오세아니아 지역 12개국 기부영웅 48명 중 한국인 4인 선정
(최신원 SKC회장, 박영주 이견산업대표, 남한봉 유닉스코리아, 제프리존스 전 주한미상공회의 소장)
cf) Weekly 경향821호(2009.4.21자) 표지(대한민국기부영웅), p14 ~ 25

>>명예의 전당(아너 라운지) 현액

공동모금회 로비에 기부자의 이름과 핸드프린팅을 영구 현액함.

저희 WM본부에서도 현재 하고 있는 재단에 대한 소개나 기부 프로그램에 대한 안내 이외에 다양한 형태로 기부가 확산될 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

고액기부자 명예의 전당 <아너 라운지 전경>



고액기부자 명예의 전당 <아너 라운지 전경> : 개인 기부자



종합토론

업 상 익 | 변호사, 아름다운가게 1호점 씨앗기금 기부자

■ 대학교액모금방법 및 사례

- 고액기부자 기준 및 대상자 분류
 - 고액기부자 기준 : 1억원 이상
 - ※ 대학의 상황과 기부금액에 따라 차이가 있음.
 - 대상자 : 기업체, 동문, 독지가

- 고액기부자 발굴 및 유치방법
 - 소액기부자를 고액기부자로 전환발굴
 - 기 소액기부자 중 대상자 분류와 선정(기준금액)
 - 각 기부자별 기부동기 분석 및 활용
 - 지속적인 접촉과 관리
 - 적절한 예우방안 마련과 실행
 - 동창회원 대상 고액기부자 발굴
 - 동창회원명부 활용을 통한 대상자 분류 및 선정
 - 대학 소식지 및 정기 간행물 발송을 통한 충성도 측정
 - 각종 교내외 행사 시 초청을 통한 참여율 측정
 - 지속적인 정보수집 및 관리
 - 총장과 접촉 및 만남의 기회 부여
 - 일반인 대상 고액기부자 발굴
 - 금융기관, 정부기관, 언론정보 활용
 - 지역내 여론수집 및 활용

- 고액기부자 유치사례

기부시기	기부금액(천원)	기부목적	유치자
2000. 6.	100,000	장학금	최초기탁(우인교수)
2002. 11.	400,000	장학금	발전협력팀장
2004. 2.	100,000	강당건립기금	"
2005. 12.	200,000	장학금	"
2007. 2.	100,000	60주년기념관 건립기금	"
2008. 12.	3,000	기타	"
2009.	300,000	장학금(예정)	"
합 계	1,203,000	-	-

■ 고액모금 및 고액기부자의 특징

- 고액기부자 기부참여 연속 가능요인
 - 기금관리 및 운영의 투명성
 - 기금집행 및 제반사항에 대한 정기적인 Feed back
 - 기부자에 대한 지속적인 사후관리 및 예우
- 고액기부자 특징
 - 엄격한 자기관리 및 생활철학 소유
 - 소박하고 검소한 생활 실천
 - 명확한 목적의식과 자기만족 중시
 - 일관성과 정직성 강조

■ 고액기부 활성화를 위해 시민모금단체를 위한 제언점 및 개선방안

- 부자들에게 대한 부정적인 사회적 인식 변화모색을 위한 캠페인
 - 우리사회에 올바른 지도자상을 정립하고 사회적인 홍보
 - 우리사회에 숨어서 노블리스 오블리제를 실천하는 사례 발굴 및 홍보
- 고액기부자들에 대한 접근방식 변화와 실천 필요
 - 단기간의 기금 유치를 위한 일회성 및 기관홍보꺼리로 활용 자제
 - 진정한 기부자 중심의 감사와 존경심을 포함으로써 고액기부자의 자부심 고취 및 자기만족을 실현하는 방안 마련
 - 고액기부자에 대한 일회성 접촉은 자제하고, 지속적인 관심과 현실적인 예우방안 마련
- 기부금 관리 및 운용에 대한 투명성 확보와 기부금 집행에 대한 공정성을 제고를 위한수탁기관 내의 자체적인 자정 및 제도적 장치 마련이 필요

종합토론

이종우 | 온수산업단지관리공단 이사장, 영남대학교 발전기금 기부자

종합토론

최영우 | (주)도움과 나눔 대표



아름다운재단 기부문화연구소 기획연구 시리즈 2

부유층 기부문화 활성화를 위한 연구결과 발표 세미나

발행일 | 2009년 4월 30일

발행처 | 아름다운북

발행인 | 박상중

등록일 | 2006년 10월 25일 제300-2006-150호

지은이 | 아름다운재단 기부문화연구소

주 소 | 110-260 서울시 종로구 가회동 16-3

전 화 | 02) 766-1004

전 송 | 02) 730-1243

웹사이트 | www.beautifulfund.org

인 쇄 | 해든디앤피 02)2266-6372