

제14회 기부문화심포지엄
기빙코리아 2014

SESSION

3

2013 한국인의 개인기부지수

한국인의 상호부조 행동분석

연구자 | **한동우** 강남대학교 사회복지대학원 교수, 아름다운재단 기부문화연구소 부소장
강철희 연세대학교 사회복지전문대학원 교수, 아름다운재단 기부문화연구소 연구위원

조사기관 | **HankookResearch**





한동우

강남대학교 사회복지대학원 교수

◎ 학력

- 연세대학교 사회복지학 전공(학사)
- 연세대학교 대학원 사회복지학 전공(석사)
- 연세대학교 대학원 사회복지학 전공(박사)
- 성균관대학교 대학원 비교문화연구 전공

◎ 최근 주요 경력

- 2004~현재 강남대학교 사회복지대학원 교수
- 2000~2003 강남대학교 사회복지학과 교수
- 1996~1999 순천향대학교 사회복지학과 교수
- 2006~현재 아름다운재단 기부문화연구소 연구위원 부소장
- 2007~2012 다음세대재단 이사
- 2000~현재 한국사회복지행정학회 이사
- 2005~현재 한국비영리학회 이사
- 2002~2010 한국여성재단 배분위원

◎ 연구실적

- 작은도서관 지원사업 성과지표개발
- 한국 비영리조직의 디지털 미디어 이해 및 활용도 조사
- 한국 비영리 조직 실무자의 디지털 미디어 이해 및 활용도 조사
- 조직적 관점에서의 문화예술 기부 활성화방안
- Corporate Philanthropy in South Korea
- Corporate Philanthropy in Korea during the economic crisis
- 사회생태주의적 관점에서의 한국 복지국가 담론 비판과 대안
- 복지국가와 시민사회
- 사회복지의 대안적이론체계로서의 사회생태주의

한국인의 상호부조행동

Mutual-Aid Giving in Korea

2014년 10월 23일

한동우(강남대 사회복지대학원 교수)

아름다운재단 기부문화연구소

조사개요

- 목적: 한국인의 상호부조 행동 실태 파악
 - 아름다운재단 기부문화연구소 2014년 기획연구의 일환으로 실시
- 방법: Giving Korea 원 조사에 상호부조행동 부가 조사
 - 조사 표본과 자료수집 방법은 Giving Korea Index 조사와 동일
- 자료분석: SPSSWIN을 활용한 통계분석

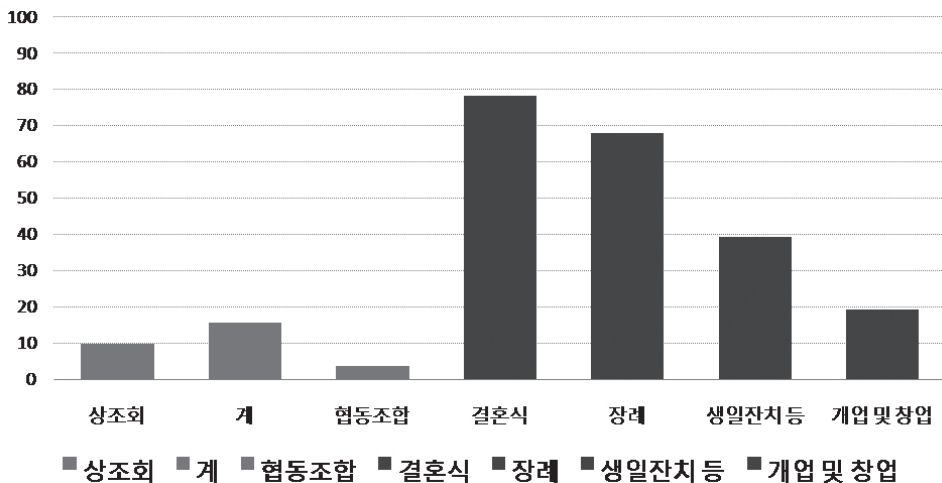
상호부조행동의 분류

상호부조행동	상호부조 조직에 대한 지출	현물	상조회
			계
		현금	협동조합
			상조회
	경조사 지출	현물	계
			협동조합
			결혼
		현금	장례
			생일잔치 등
			개업및 창업

상호부조지출경험 : 참여율

상조회 가입 등 상호부조 조직 참여율은 10% 내외이나 경조사비 지출 참여는 결혼식 축의금이 78%, 장례 조위금 68% 등 상대적으로 높음

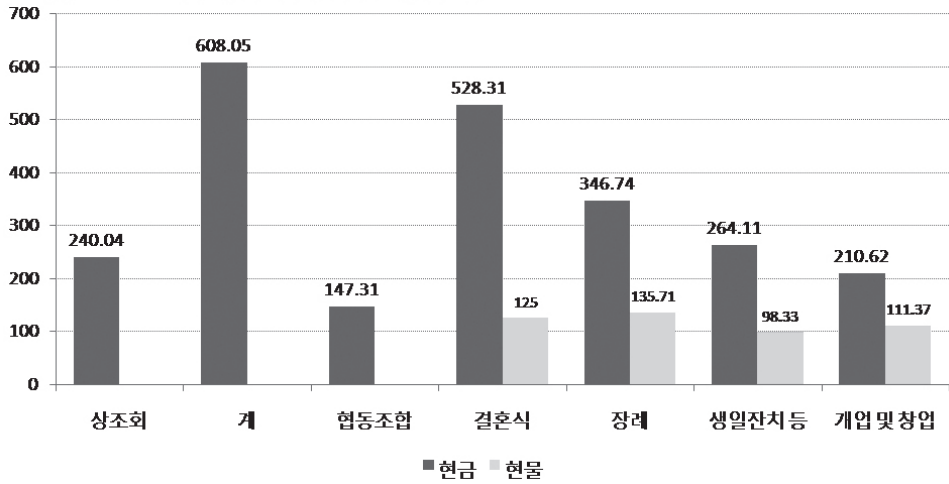
[상호부조지출 경험: 참여율 (% , N=1,007)]



상호부조지출 경험 : 연평균 금액

상호부조 조직에 출연한 금액은 계가 가장 많아서 연평균 60만8천원이며, 경조사 비용 중에서는 결혼식 축의금이 52만8천원으로 가장 많음

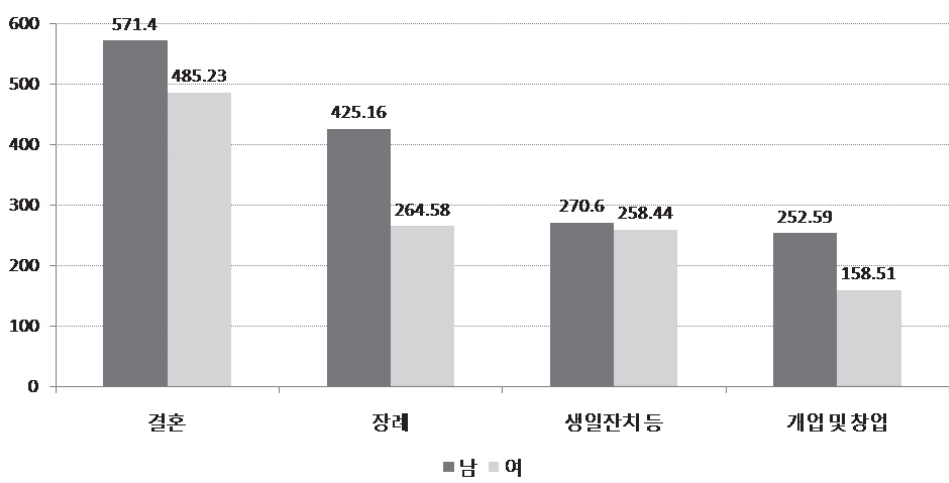
[상호부조지출 경험: 연 평균 금액 (천원)]



성별 경조사비 지출금액

대체로 남성이 여성에 비해 경조사비용 지출 금액이 많으나, 생일잔치 축하금에서는 의미 있는 차이를 보이지 않음

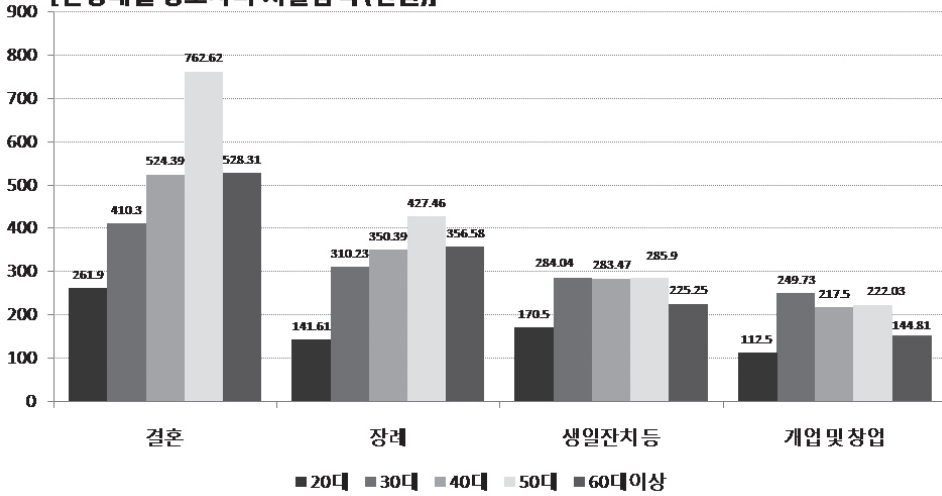
[성별 경조사비 지출금액 (천원)]



연령대별 경조사비 지출금액

연령대 별로는 대체로 나이가 많을 수록 경조사비 지출이 많으나, 특히 50대의 지출이 가장 많음. 그러나 생일잔치 축의금과 개업 및 창업 축의금에서는 의미있는 차이가 없음

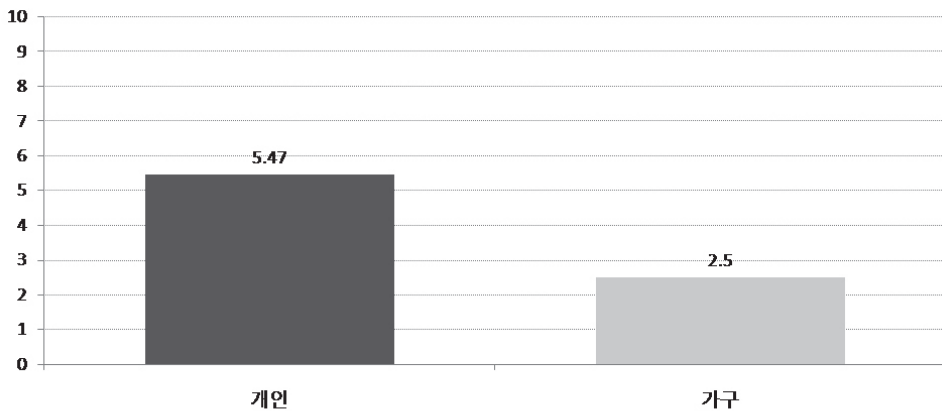
[연령대별 경조사비 지출금액 (천원)]



개인 및 가구 연평균 소득 대비 경조사비 지출비중

소득 대비 경조사비 지출 비중은 개인소득의 5.47%, 가구 소득의 2.5%임

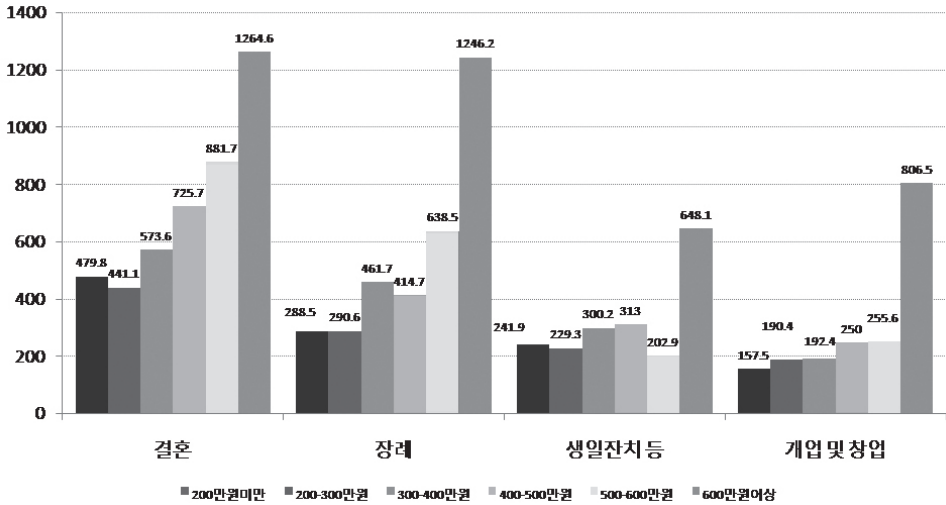
[개인 및 가구 연평균 소득 대비 경조사비 지출 비중 (%)]



월평균 소득대비 경조사비 지출 금액

대체로 개인 소득이 많을 수록 경조사비 지출금액이 많음

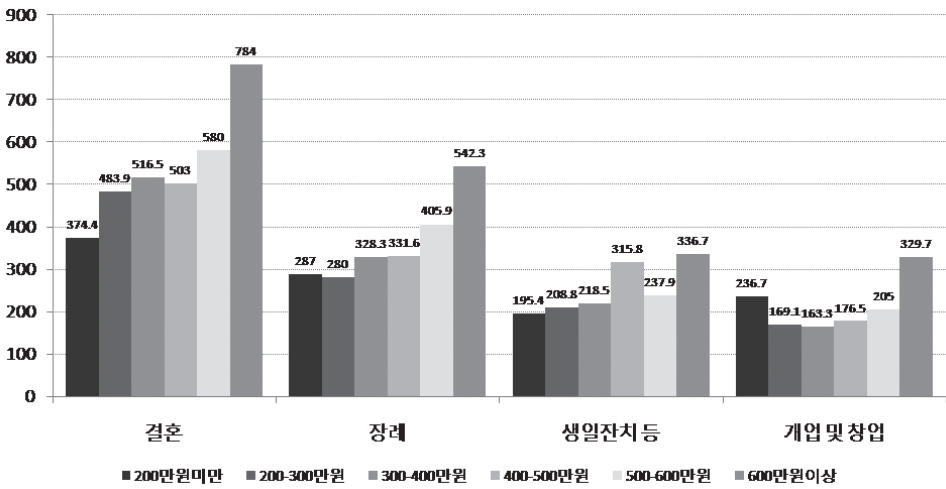
[월평균 소득 대비 경조사비 지출 금액 (천원)]



월평균 가구소득 대비 경조사비 지출금액

대체로 가구소득이 많을 수록 경조사비 지출금액이 많음

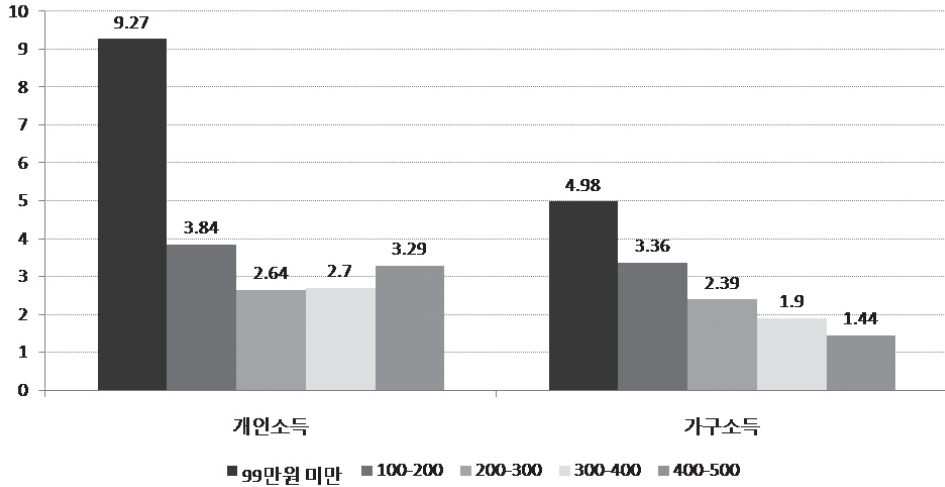
[월평균 가구소득 대비 경조사비 지출 금액 (천원)]



소득구간별 경조사비 지출비중

대체로 소득이 적을 수록 경조사비가 소득에서 차지하는 비중이 높음

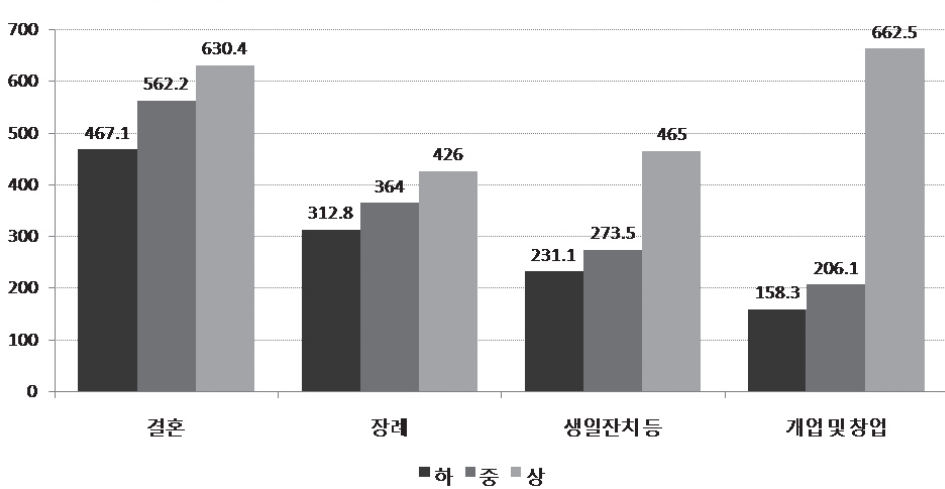
[소득구간별 경조사비 지출 비중: 연평균 개인소득 및 가구소득 대비 (%)]



주관적 계층별 경조사비 지출금액

주관적으로 인식하는 계층의식이 높을 수록 경조사비 지출 금액이 많음

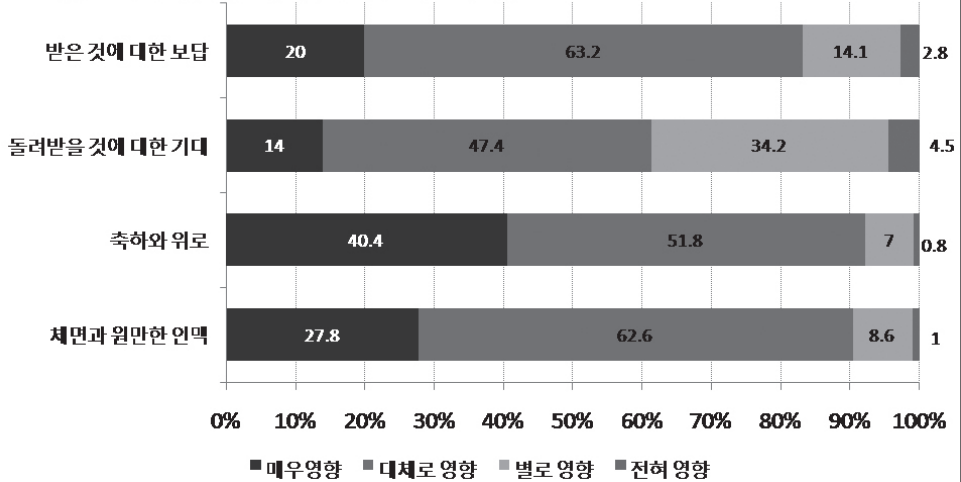
[주관적 계층별 경조사비 지출 금액 (천원)]



경조사비 지출과 관련된 태도

경조사비 지출은 대체로 체면과 인맥유지, 축하와 위로 위해서 지출하나, 돌려받을 것에 대한 기대는 상대적으로 적은 비중을 차지함

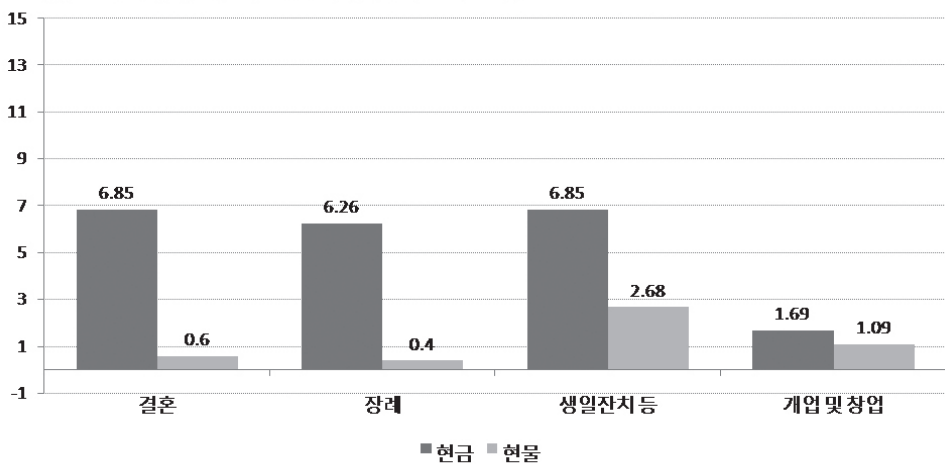
[경조사비 지출과 관련된 태도 (N=1,007, %)]



경조사비 수령 경험 : 지난 3년간

지난 3년간 경조사비를 받은 경험은 7% 수준이며, 개업 및 창업 축하금은 2% 미만임

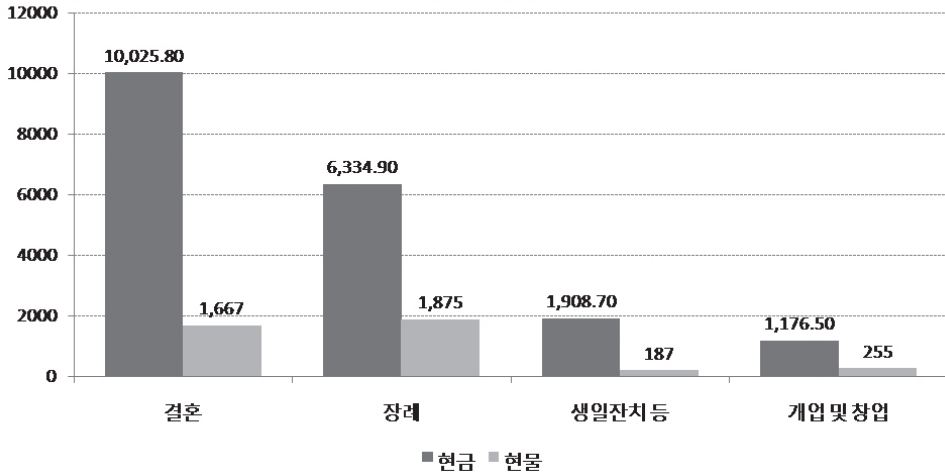
[경조사비 수령 경험: 지난 3년간 (%), N=1,007]



경조사비 수령경험 : 지난 3년간

경조사비로 받은 금액 중 결혼식 축의금이 1천만원 정도로 가장 많고, 다음으로는 장례 조위금임

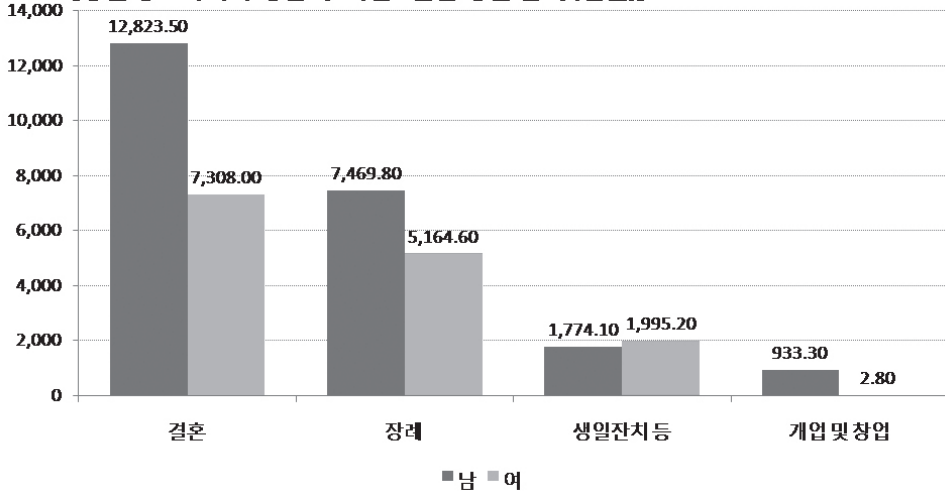
[경조사비 수령경험: 지난 3년간 평균금액 (천원)]



성별 조사비 수령금액 : 지난 3년간 평균 금액

대체로 남자가 여자보다 경조사비 수령 금액이 많으나 생일잔치 축하금에서는 의미 있는 차이가 없음

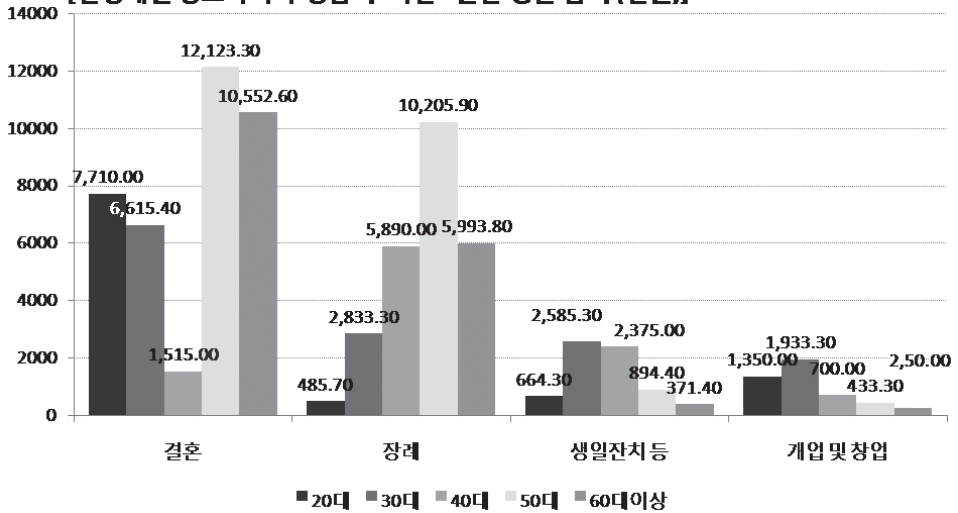
[성별 경조사비 수령금액: 지난 3년간 평균 금액 (천원)]



연령대별 경조사비 수령금액 : 지난 3년간 평균금액

대체로 50대의 경조사비 수령 금액이 가장 많으나, 생일잔치 축하금과 개업 및 창업 축하금은 30대가 가장 많음

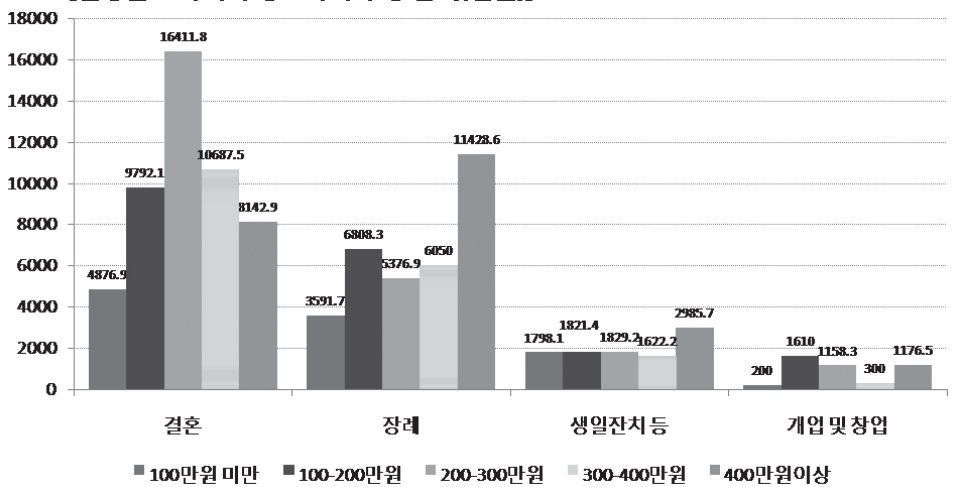
[연령대별 경조사비 수령금액: 지난 3년간 평균 금액 (천원)]



월평균 소득대비 경조사비 수령금액

결혼축의금은 중위소득 수준에서, 장례 조의금 등 기타 경조사비는 연령대가 높을 수록 수령금액이 많음

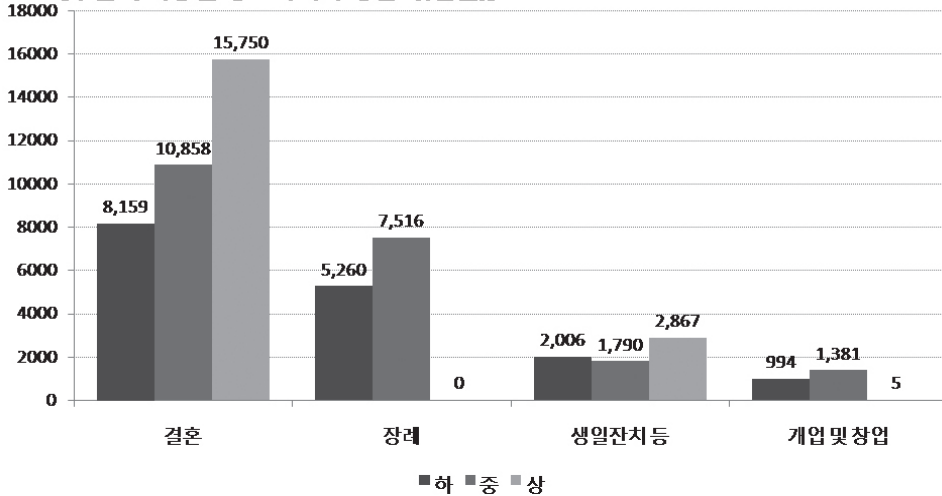
[월평균 소득대비 경조사비 수령 금액(천원)]



주관적 계층별 경조사비 수령금액

대체로 주관적인 계층의식이 높을 수록 경조사비 수령 금액이 많음

[주관적 계층별 경조사비 수령금액(천원)]



요약

1. 경조사비 지출 경험은 결혼식 축의금 78%, 장례식 조위금 68% 등으로 매우 높은 수준임
2. 1인당 평균 경조사비 지출 금액은 결혼식 축의금이 65만3천원(현물포함)으로 가장 많으며, 장례식 조위금은 45만2천원임
3. 대체로 남성이 여성보다 경조사비 지출이 많음
4. 연령별로는 50대의 경조사비 지출이 가장 많음
5. 소득대비 경조사비 지출금액의 비중은 개인소득의 5.5%, 가구소득의 2.5%임
6. 소득이 많을 수록 경조사비 지출 금액이 많음
7. 소득이 적을 수록 소득대비 경조사비 지출 금액의 비중이 큼
8. 주관적 계층의식이 높을 수록 경조사비 지출 금액이 많음

요약

9. 경조사비 지출 이유는 체면과 인맥 유지, 축하와 위로를 위해서
10. 지난 3년간 경조사비 평균 수령 금액은 결혼식이 1천1백7십만원 장례식 조위금이 8백2십만원 등의 순임
11. 대체로 남성이 여성보다 경조사비 수령 금액이 많음
12. 연령별로는 50대의 경조사비 수령 금액이 가장 많음
13. 소득수준별로는 결혼축의금은 중위소득 수준에서, 기타 경조사비는 소득이 높을 수록 수령금액이 많음
14. 주관적 계층 의식이 높을 수록 경조사비 수령 금액이 많음

후속 연구를 위한 제언

1. 개인의 사회경제적 특성과 상호부조 행동 관계에 관한 추가 분석
2. 상호부조 지출 금액의 총량 추계
3. 상호부조 행동과 기부행동의 관계 분석
- 경쟁적 관계 vs. 보완적 관계
4. 사회자본 수준과 상호부조 행동의 관계 분석
- 신뢰(trust), 규범(norm), 호혜성(reciprocity) 등과 상호부조 행동
5. 계층 의식에 따른 상호부조 행동 분석

아름다운재단 기부문화연구소의 2014년 기획연구결과 발표 시
후속 연구 과제들에 대한 분석결과를 발표할 예정임