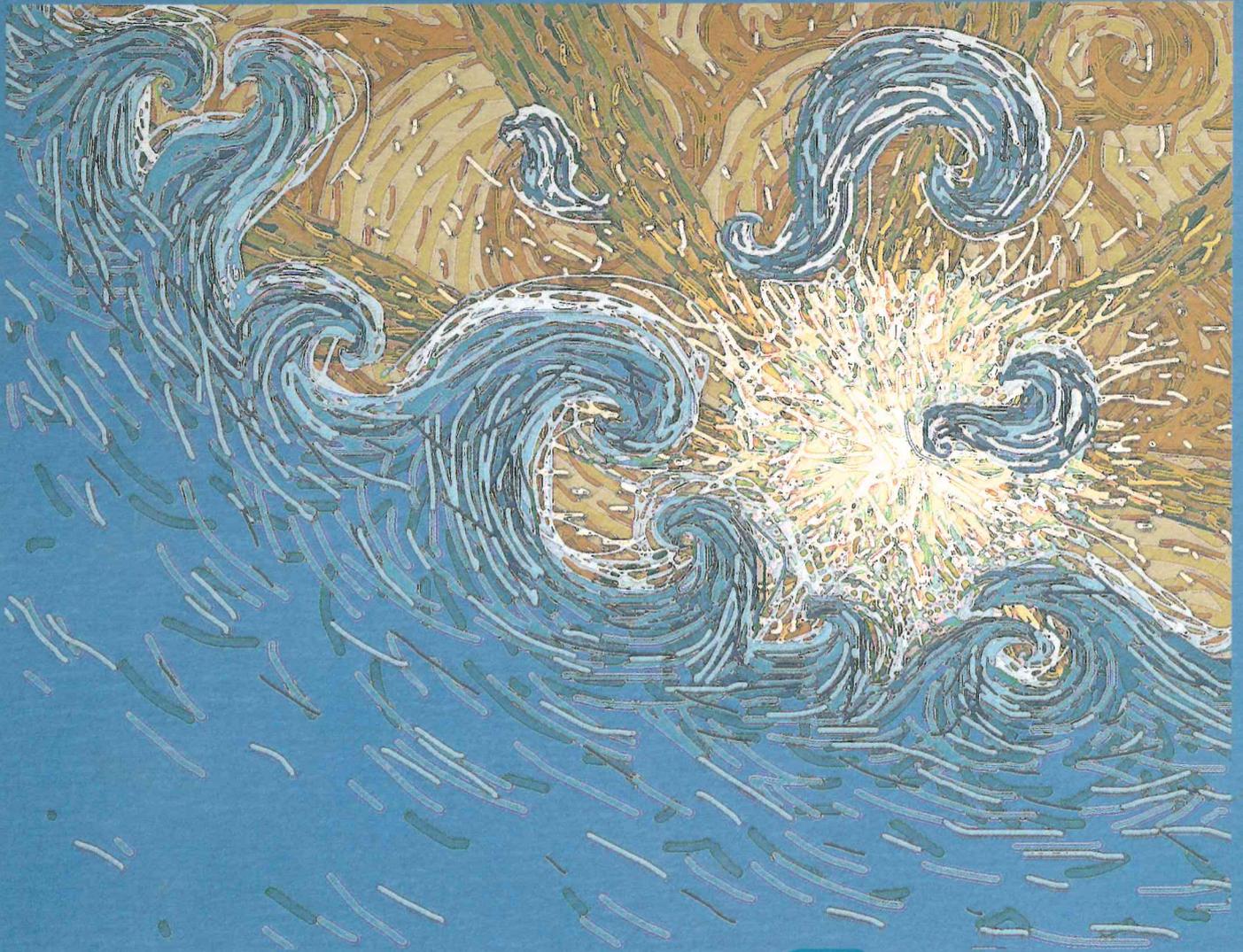


제7회 국제기부문화심포지엄 GIVING KOREA 2007

"한국 기업의 사회공헌 활동 실태조사 결과 발표 및 2020년 기업 사회공헌 전망"



The 7th International Symposium on Giving Culture

Giving Korea 2007

Corporate philanthropy in Korea : An Analysis of Survey Results and
2020 Corporate Philanthropy

GIVING KOREA 2007

기업 사회공헌활동 실태조사

결과 보고서

[2007. 07. ~ 08.]



아름다운재단

The Beautiful Foundation

목 차

제 1 장. 조사개요

1. 조사의 목적	1
2. 조사의 설계 및 진행	1
3. 응답자 특성표	2

제 2 장. 조사결과 요약

1. 조사결과 요약	3
2. 2004년 vs 2006년	10

제 3 장. 조사결과 분석

1. 사회공헌 참여 경험	11
1-1. 사회공헌 비참여 이유	12
1-2. 사회공헌 참여 의향	14
2. 조직, 인력배치 유무	15
2-1. 전담조직의 명칭	16
2-2. 전담조직의 조직도상 위치	16
2-3 인력구성(직급별)	17
2-4. 인력구성(정규직과 계약직)	18
2-5. 사회공헌 업무 담당 직원의 수	19
2-6. 사회공헌담당 직원 부서	20
2-7. 총 인력구성(계)	21
2-8. 인력이나 조직 배치 계획	22
3. 전담인력 배치년도	23

4. 복지학 전공자 및 시민단체 경력자 수	24
5. 외부자문 유무	25
6. 2006년 사회공헌 실시여부	26
7. 2006년도 기부금 총액	27
8. 2006년도 기부금의 종류	28
9. 2006년도 기부금의 대상	29
10. 2006년도 기부방식	30
11. 사회공헌활동을 위한 재원	32
12. 사회공헌활동 실천 방법	33
13. 특별한 관심 계층이나 집단	34
14. 기부중단 유무 및 이유	35
15. 사회공헌활동 추진 이유	37
16. 사회공헌활동 추진의 결정적 요소	39
17. 사회공헌활동의 장애요인	41
18-1. 경영성과	43
18-2. 이미지 개선	44
18-3. 조직문화 개선	45
18-4. 사회문제 해결 및 예방	46
18-5. 정책에의 영향	47
18-6. 경영성과 속성	48
19-1. 사회공헌 활동의 경영진 만족도	49
19-2. 사회공헌 활동의 담당자 만족도	50
19-3. 사회공헌 활동의 직원들 만족도	51
19-4. 사회공헌 활동 속성	52
20. 가장 만족스러웠던 사업	53
21. 가장 바람직스러운 사업	55
22. 사회공헌활동과 기업 비전과의 연관성	57
23. 사회공헌활동의 홍보방법	58

24. 향후 사회공헌 활동의 계획	59
25. 자원봉사 유무 및 회사차원의 지원	60
26. 직원의 자원봉사 활동 참여율	62
27. 직원 1인당 평균 참여시간	63
28. 자원봉사 활동의 유형	64
29. 직원의 자원봉사 관심도	66
30. 회사차원의 자원봉사 직원 지원 수단	67
31. 자원봉사 활동과 관련한 교육 유무	69
32. 공익연계마케팅 유무	70
33. 공익연계마케팅 내용	71
34. 공익연계마케팅의 경영상 효과	72
35. 세제혜택 인지수준	74
36. 혜택증가 시 기부금 향상 의향	76

▣ [부록] 조사 설문지

1. 조사의 목적

사회공헌활동이 기업의 중요한 활동으로 인식되는 가운데, 한국 기업의 사회공헌 활동은 그 내용과 규모 면에서 점점 확장되어가고 있음. 이에 본 조사는 한국 기업의 사회공헌의 현황, 그리고 규모를 탐색하기 위해 아름다운재단 기부문화연구소가 격년으로 시행하는 기업사회공헌 활동 연구의 일환으로, 서베이를 통해 기업 사회공헌활동 실태에 대한 객관적인 자료축적을 도모하기 위해 기획됨.

2. 조사의 설계 및 진행

조사대상	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 상장기업 전체 ▪ 비 상장기업 중 2006년도 매출액 순위 190위 내 기업 ▪ 중소기업 전체
표본수	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 257개 사
조사방법	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 구조화된 설문지에 의한 자기기입식 FAX 조사
표본추출	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 형태별(상장/비상장)/매출규모별 유의할당추출 (Purposive Quota Sampling)
조사기간	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2007년 7월 16일(월) ~ 8월 16일(목)
조사기관	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (주)리서치 앤 리서치 (R&R; 대표 노규형)

3. 응답자 특성표

		사례수	%
전 체		257	100.0%
기업 형태	상 장 사	168	65.4
	중 소 기 업	59	23.0
	비 상 장 사	30	11.7
사 회 공 헌 참여 경험	참 여	195	75.9
	비 참 여	62	24.1
담 당 업 무	사 회 공 헌	22	11.1
	인 사	79	39.7
	재 무	10	5.0
	기 획	35	17.6
	홍 보	53	26.6

1. 조사결과 요약

✓ 기업의 사회공헌활동 참여 현황

사회공헌 참여 경험

경험 있음	경험 없음
75.9	24.1

- ▶ 전체 응답기업 257개 중, 사회공헌활동 참여경험이 있다는 응답은 75.9%로 나타남. 2005년 조사결과와 비교하여 참여경험이 14.2%p 하락한 것으로 나타났으나, 이것은 2005년 조사에 포함되지 않았던 중소기업이 2007년 조사에서 추가됨에 따라 나타난 전체 참여율의 감소로 파악할 수 있음. 상장기업과 비상장 기업의 경우, 2005년 조사 때와 참여율이 크게 다르다고 할 수 없음.
- ▶ 상장사는 89.9%의 참여율을 보인 반면, 중소기업은 28.8%에 그침.

사회공헌 비참여 이유

경제적으로 여유가 없어서	필요를 느끼지 못해서	어떻게 참여해야 할지 몰라서	경영진이 반대해서
50.0	24.2	19.4	6.5

- ▶ 사회공헌활동 참여경험이 없다고 응답한 62개 기업에 대해서 사회공헌 비참여 이유를 질문한 결과, '경제적으로 여유가 없어서'라는 응답이 절반을 차지하였으며, '필요를 느끼지 못해서'(24.2%), '어떻게 참여해야 할지 몰라서'(19.4%), '경영진이 반대해서'(6.5%) 등의 순이었음.

사회공헌 참여 의향

여건이 허락하면 하겠다	모르겠다	참여할 의향이 없다	관심없다	반드시 참여하겠다
48.4	25.8	16.1	6.5	3.2

- ▶ 사회공헌활동 참여 경험이 없다고 응답한 62개 기업 중, '여건이 허락하면 하겠다(48.4%)', '반드시 참여하겠다(3.2%)' 등 향후 참여할 의향이 있다고 응답한 기업은 51.6%로 나타남.

✓ 기업 사회공헌활동 전담 조직

조직, 인력배치 유무

전담조직은 없지만 그 업무를 담당하는 직원은 있다	전담조직이나 인력이 없다	전담조직과 인력을 배치하고 있다	전담인력만 배치하고 있다
38.5	38.5	13.3	9.7

- ▶ 사회공헌활동 참여 경험이 있다고 응답한 195개 기업에 대해서 전담조직 및 인력배치 유무를 조사한 결과, '전담조직은 없지만 그 업무를 담당하는 직원은 있다'와 '전담조직이나 인력이 없다'가 각각 38.5%로 가장 높게 나타남. '전담조직과 인력을 배치하고 있다'는 응답과 '전담인력만 배치하고 있다'는 각각 13.8% 및 9.7%로 나타남.
- ▶ 전담조직이나 전담인력, 사회공헌 업무를 담당하는 직원이 있는 등 사회공헌활동 담당자가 있는 기업은 전체 응답기업 중 61.5%로 나타남.

✓ 2006년도 사회공헌 실적

2006년도 사회공헌 실시 여부

예	아니오
92.3	7.7

- ▶ 사회공헌활동 참여 경험이 있다고 응답한 195개 기업 중, 절대 다수인 92.3%가 2006년에 사회공헌활동을 실시한 것으로 나타남.

2006년도 기부금 총액

1천만원 미만	1천만원~1억원	1억원~5억원	5억원 이상	거절/모름
15.6	25.0	15.0	23.9	20.6

- ▶ 2006년도에 사회공헌활동을 실시하였다고 응답한 180개 기업들의 기부금 총액으로는 1천만원~1억원이 25.0%로 가장 높았으며, 5억 이상이 23.9%로 그 뒤를 따랐음.
- ▶ 2006년도에 사회공헌활동을 실시한 기업들의 기업당 평균 기부금액은 52억4,172만원으로 나타남.
- ▶ 2004년도와 비교하여, 평균 기부금액이 17억644만원 상승한 것으로 나타남.
- ▶ 2004년도와 비교하여, 1천만원 미만이 7.0%p, 1천만원~1억원이상이 2.9%p 상승하였으나 1억~5억은 5.2%p, 5억 이상은 6.8%p 하락한 것으로 나타남.
- ▶ 그럼에도 불구하고 전체 평균 기부금액이 증가한 것은 기업 간 기부금의 양극화 현상을 나타낸다고 할 수 있음.

2006년도 기부금의 종류

지정기부금	법정기부금	특례기부금	기타기부금
37.3	32.0	12.7	16.7

- ▶ 2006년도에 사회공헌활동을 실시하였다고 응답한 180개 기업들의 세법상의 구분에 따른 기부금 종류의 비율을 조사한 결과, '지정기부금'(37.3%)과 '법정기부금'(32.0%)이 다수를 차지한 것으로 나타남.
- ▶ 2004년도와 비교하여, 지정기부금은 2.1%p 하락한 반면, 법정기부금은 7.7%p 상승한 것으로 나타남.

2006년도 기부금의 대상

사회 복지비	교육/ 장학비	문화 진흥비	시민 단체 지원비	재난 구호비	스포츠 지원비	보건 의료비	환경 보호비	학술 연구비	기타
39.3	19.5	9.1	7.3	7.0	4.2	3.0	2.9	2.3	6.2

- ▶ 2006년도에 사회공헌활동을 실시하였다고 응답한 180개 기업들의 기부금을 세부 항목 비율로 조사한 결과, '사회복지비'가 39.3%로 가장 높게 나타남.

2006년도 기부 방식

직접기획	모금후원 기관에 기부	자사설립 기업재단에 출연	사회복지 공동모금회	공익재단에 기부	국가, 지자체에 기부	문화, 예술단체에 기부	기타
35.6	14.3	10.0	9.5	8.3	8.2	6.6	7.5

- ▶ 2006년도에 사회공헌활동을 실시하였다고 응답한 180개 기업들의 기부 방식을 조사한 결과, '기부대상을 직접 선정하는 등 사업을 직접 기획하여 실시'라는 응답이 35.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 뒤로 '모금 후원기관(14.3%)', '자사가 설립한 기업재단에 출연(10.0%)' 등의 순으로 나타남.

✓ 기업 사회공헌활동 참여 방법

사회공헌활동을 위한 재원

기업이익	사원의 기부	CEO나 임원의 기부	이벤트 수익금
80.0	51.7	29.4	9.4

- ▶ 2006년도에 사회공헌활동을 실시하였다고 응답한 180개 기업들의 사회공헌활동을 위한 재원으로는 '기업이익'이 80.0%로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 그 뒤로 '사원의 기부'(51.7%), 'CEO나 임원의 기부'(29.4%), '이벤트 수익금'(9.4%) 등의 순이었음.
- ▶ 2004년도와 비교하여 기업의 이익, 사원의 기부, CEO나 임원의 기부 등의 순위 변동이 없었으며, 대략 비슷한 비율로 나타남.

사회공헌활동 추진 이유

기업의 사회적 책임 이행을 위해	소외계층을 돕기 위해	기업에 대한 사회적 인식 개선을 위해	CEO의 의지에 따라서
80.6	42.8	26.7	22.8

- ▶ 2006년도에 사회공헌활동을 실시하였다고 응답한 180개 기업들의 사회공헌활동 추진 이유는 '기업의 사회적 책임을 위해'라는 응답이 80.6%로 가장 높았음.
- ▶ 2004도와 비교하여 순위 변동이 없었으며 대략 비슷한 비율로 나타남.

사회공헌활동 추진의 결정적 요소

CEO의 의지	사원들의 합의	사회적 분위기	세제혜택	주주의 결의	기타
77.2	44.4	33.9	6.1	2.8	2.8

- ▶ 2006년도에 사회공헌활동을 실시하였다고 응답한 180개 기업에 대하여 사회공헌활동 추진의 결정적 요소에 대해 조사한 결과, 'CEO의 의지'라는 응답이 77.2%로 가장 높았으며, '사원들의 합의(44.4%)', '사회적 분위기(33.9%)' 등의 순으로 나타남.

사회공헌활동의 장애요인

인력 및 전문성 부족	정보 부족	예산 부족	제도 및 정부지원 부족	전담부서 부재	사내 부서간 협조 부족	CEO의 관심 부족	기타
44.4	29.4	27.2	23.3	21.7	13.9	2.8	13.9

- ▶ 2006년도에 사회공헌활동을 실시하였다고 응답한 180개 기업에 대하여 사회공헌활동 추진의 장애요인을 조사한 결과, '인력 및 전문성 부족'이 44.4%로 가장 높게 나타났으며, 그 뒤로 '사회공헌 업무에 대한 정보 부족(29.4%)', '예산 부족(27.2%)', '사회공헌활동 관련 법 제도 및 정부지원 부족(23.3%)', '전담부서 부재(21.7%)' 등의 순으로 나타남.
- ▶ 2004년도와 비교하여 전반적으로 비슷한 비율의 응답을 보였으나 '전담부서 부재'에 대한 응답률이 14.1%에서 21.7%로 상승한 것으로 나타남.

✓ 직원 자원봉사활동 관련

자원봉사 유무 및 회사차원의 지원

직원자원봉사활동이 있으며 회사차원에서 지원하고 있다	직원자원봉사활동이 있으나 회사 차원에서 지원하고 있지 않다	직원자원봉사활동이 없다
57.2	14.4	28.3

- ▶ 2006년도에 사회공헌활동을 실시하였다고 응답한 180개 기업에 대하여 직원들의 자원봉사활동을 통한 사회공헌활동 유무와 회사 차원의 지원을 조사한 결과, '직원자원봉사활동이 있으며 회사차원에서 지원하고 있다'가 57.2%로 가장 높았음.
- ▶ 71.6%의 기업이 직원자원봉사활동을 실시하고 있는 것으로 나타남.

직원의 자원봉사 활동 참여율

5% 미만	5~10%	11~20%	21~50%	51% 이상
5.4	25.6	7.0	19.4	31.8

- ▶ 직원의 자원봉사 활동 참여율은 '51% 이상'이 31.8%로 가장 높았음.
- ▶ 직원들의 자원봉사 활동 평균 참여율은 **40.1%**로 나타남.

자원봉사 활동과 관련한 교육 유무

교육 한적 있음	교육한적 없음
27.1	72.9

- ▶ 자원봉사 활동과 관련한 교육 유무에 대해서는 '교육한적 없음'이 72.9%로 압도적으로 높게 나타남.

2. 2004년 vs 2006년



I—A. 사회공헌 전담조직 및 인력에 관한 사항

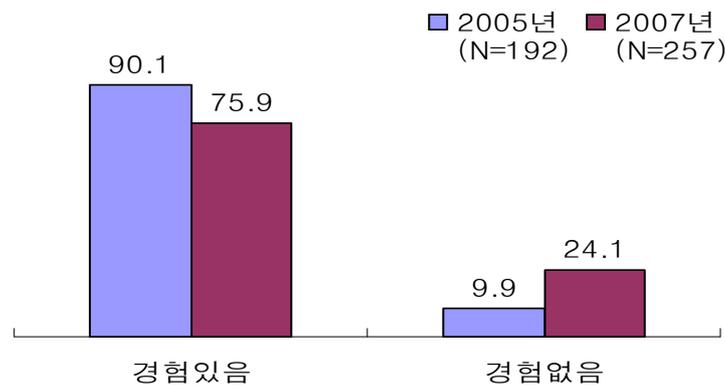
조사결과 분석

1. 사회공헌 참여 경험

문) 귀사는 사회공헌활동에 참여한 경험이 있습니까?

- 사회공헌활동에 참여경험이 있다는 응답은 75.9%로 나타남. 2005년 조사결과와 비교하여 참여경험이 14.2%p 줄었으나 이는 2007년도 조사대상에서 중소기업이 추가됨에 따른 전체 경험율의 감소로 파악됨.

<사회공헌활동 참여경험>



◎ 응답자 특성표

		경험 있음	경험 없음
2007년 전 체 (n=257)		75.9	24.1
기업별	상장기업 (n=168)	89.9	10.1
	중 소 기 업 (n=59)	28.8	71.2
	비 상장기업 (n=30)	90.0	10.0
2005년 전 체 (n=192)		90.1	9.9
기업별	상장기업 (n=151)	87.4	12.6
	100대비상장기업 (n=32)	100	-
	기 타 (n=9)	100	-

- ▷ 2005년도 조사대상에는 중소기업이 없었으나 2007년도 조사대상에 중소기업이 추가됨에 따라 전체 경험율이 줄어든 것으로 파악할 수 있음. 상장기업과 비상장기업의 경우 2005년도와 크게 다르다고 할 수 없음.

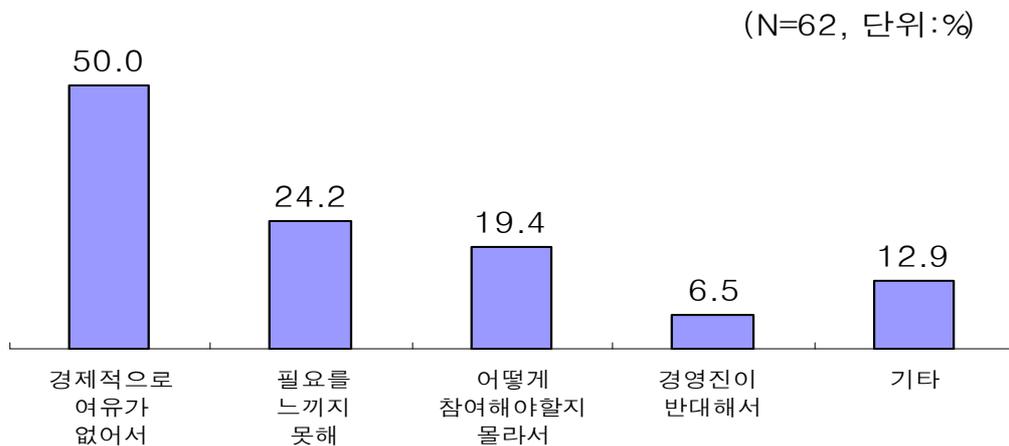
1-1. 사회공헌 비참여 이유

문) 귀사가 사회공헌활동에 참여하지 않는 이유는 무엇입니까? 두 가지만 골라 주십시오.

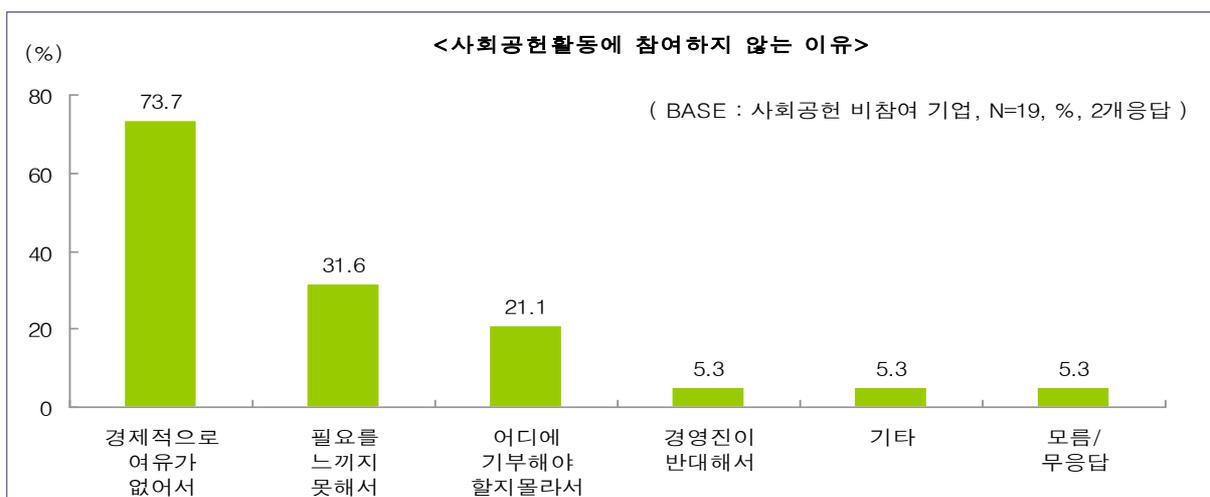
◎ 사회공헌 참여 경험이 없다고 응답한 62개 기업에 대해, 사회공헌활동 미참여 이유를 조사한 결과, '경제적으로 여유가 없어서'가 50.0%로 압도적으로 높았으며, '필요를 느끼지 못해서'(24.2%), '어떻게 참여해야 할지 몰라서'(19.4%), 경영진이 반대해서'(6.5%) 등의 순이었음.

☞ [참고] 2005년 조사의 경우 복수(2개)응답이었음. 따라서 2005년 조사결과와 2007년 조사결과를 절대적인 값으로 비교하는 것은 불가능 함. 다만, 전체의 비율에서 각 영역의 비율을 고려하여 비교하는 것은 가능.

<사회공헌 참여 의향>



<2007년 자료>



<2005년 자료>

◎ 응답자 특성표

		경제적으로 여유가 없어서	필요를 느끼지 못해서	어떻게 참여해야 할지 몰라서	경영진이 반대해서	기타
전 체 (n=62)		50.0	24.2	19.4	6.5	12.9
기업별	상장기업 (n=17)	64.7	17.6	11.8	11.8	17.6
	중소기업 (n=42)	47.6	23.8	23.8	4.8	9.5
	비상장기업 (n=3)	-	66.7	-	-	33.3

1-2. 사회공헌 참여 의향

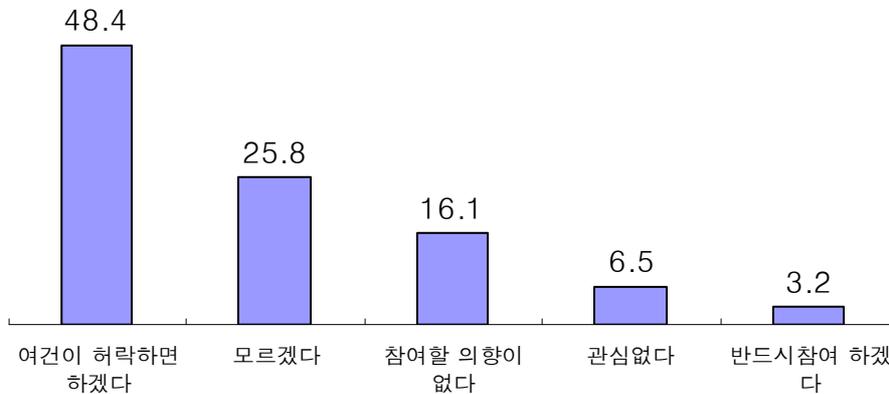
문) 귀사는 향후 사회공헌활동에 참여할 의향이 있습니까?

- ◎ 사회공헌 참여 경험이 없는 62개 기업에 대해 향후 사회공헌활동 참여 의향을 설문한 결과, '여건이 허락하면 참여하겠다'가 48.4%, '모르겠다'는 응답이 25.8%로 나타남. '반면, '참여할 의향이 없다'가 16.1%, '관심없다'가 6.5%, '반드시 참여하겠다'가 3.2%로 나타남.

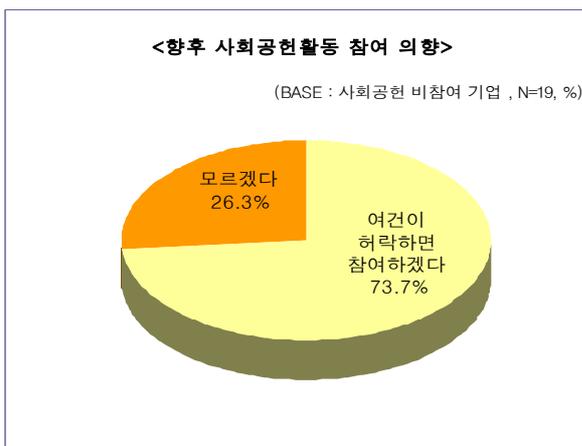
☞ [참고] 2005년 조사결과와 비교하여 '반드시 참여하겠다', '참여할 의향이 없다', '관심없다'는 응답은 제시되지 않음.

<사회공헌 참여 의향>

(N=62, 단위:%)



<2007년 자료>



☞ 향후 사회공헌활동 참여 의향에 대해 '여건이 허락하면 참여하겠다'는 응답이 73.7%로, '모르겠다'는 응답 26.3%에 비해 높게 나타남.

<2005년 자료>

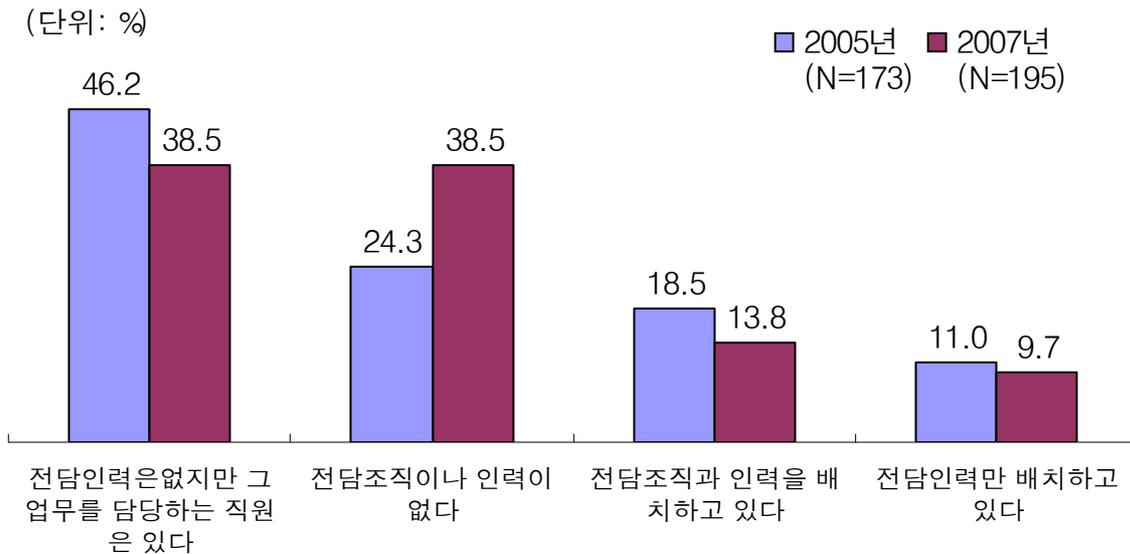
- ▷ 2007년 조사에서 향후 사회공헌활동에 참여할 의향이 있다고 응답한 기업(여건이 허락하면: 48.4% + 의향이 있다: 16.1% +반드시: 3.2%)은 67.7%로 나타남.

2. 조직, 인력배치 유무

문) 귀사는 사회공헌활동을 위해 별도의 전담 조직이나 인력을 배치하고 있습니까?
단, 기업이 출연하여 설립한 기업 재단의 조직이나 임직원은 포함하지 않습니다.

- ◎ 사회공헌활동을 위한 전담 조직 및 인력 배치 유무를 조사한 결과, '전담조직이나 인력이 없다'(38.5%)가 2005년 조사에 비하여 각각 14.2%p 상승한 것으로 나타남. 반면 '전담 인력은 없지만 그 업무를 담당하는 직원은 있다'(38.54%), '전담조직과 인력을 배치하고 있다'(13.8%)와 '전담인력만 배치하고 있다'(9.7%)는 응답은 각각 7.7%p, 4.7%p 및 1.3%p 하락한 것으로 나타남.

<조직, 인력배치 유무>



◎ 응답자 특성표

		전담인력은 없지만 그 업무를 담당하는 직원은 있다	전담조직이나 인력이 없다	전담조직과 인력을 배치하고 있다	전담인력만 배치하고 있다
전 체 (n=195)		38.5	38.5	13.3	9.7
별 표 기 업	상 장 기 업 (n=151)	37.1	42.4	11.9	8.6
	중 소 기 업 (n=17)	41.2	41.2	5.9	11.8
	비상장기업 (n=27)	44.4	14.8	25.9	14.8

2-1. 전담조직의 명칭

문) 귀사의 사회공헌활동 전담조직의 명칭은 무엇입니까?(예:사회공헌팀)

◎ 사회공헌활동을 위한 전담조직의 명칭을 조사한 결과는 다음 표와 같음.

	Count	Count Percent
사회공헌팀	5	19.2%
원익봉사단 *	2	7.7%
윤리경영팀	2	7.7%
사회공헌 사무국	1	3.8%
부산도시가스 봉사단	1	3.8%
윤리파트	1	3.8%
하나금융공익재단	1	3.8%
작은사랑나누기 실천운동본부	1	3.8%
사회협력실	1	3.8%
사회봉사팀	1	3.8%
교보다솜이지원팀	1	3.8%
글로벌 마케팅팀	1	3.8%
Together team	1	3.8%
사회봉사단	1	3.8%
지역공헌팀	1	3.8%
상생협력팀	1	3.8%
윤리경영 사무국	1	3.8%
나눔스케치	1	3.8%
총무팀	1	3.8%
기업문화팀	1	3.8%
계	26	100.0%

<표> 전담조직의 명칭

* (주)원익퀴즈에서 만든 단체

2-2. 전담조직의 조직도상 위치

문) 귀사의 사회공헌활동 전담조직은 조직도 상에서 어느 부서에 소속되어 있습니까?(예: 홍보실 소속)

◎ 사회공헌활동을 위한 전담조직의 위치를 조사한 결과는 다음 표와 같음.

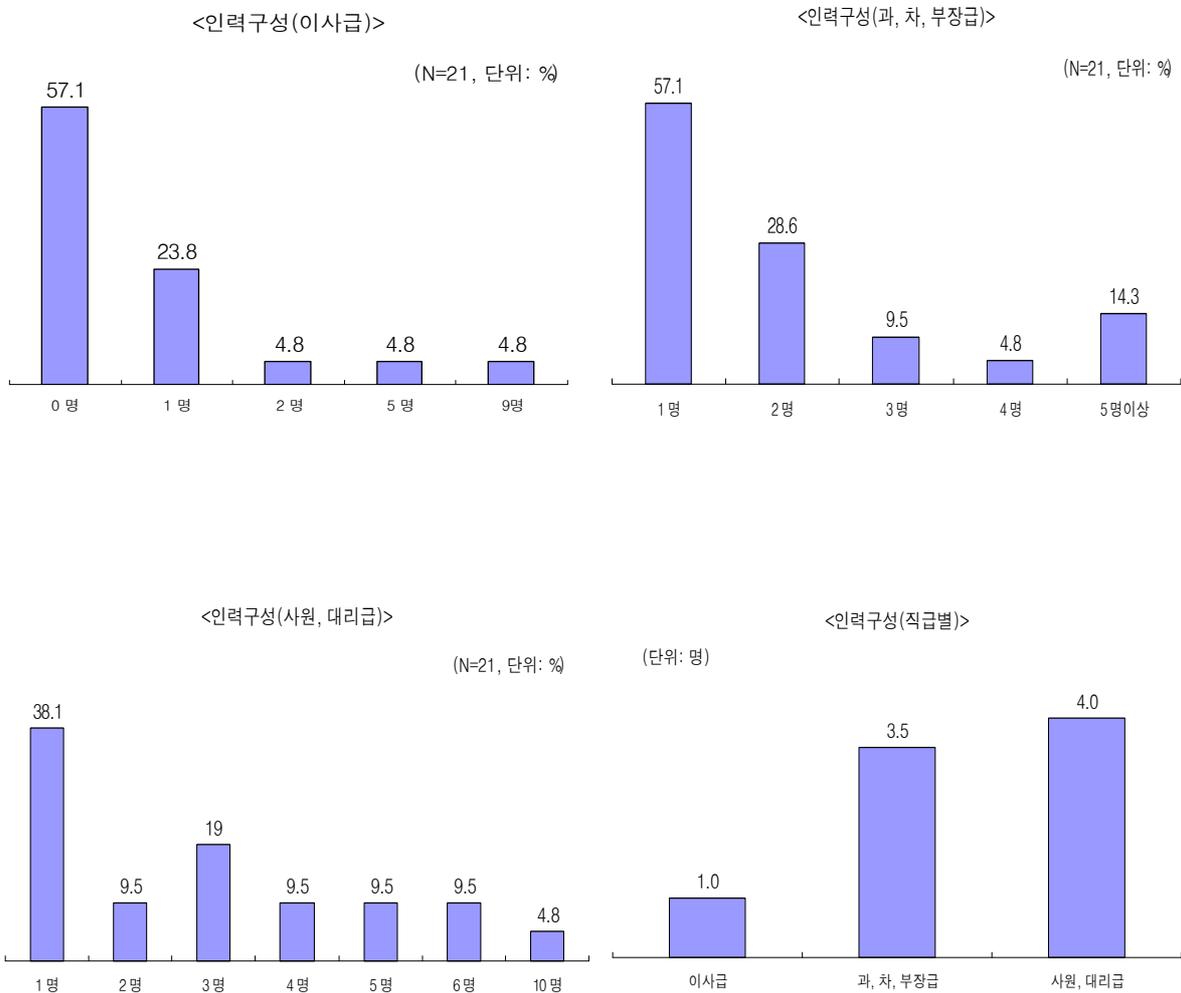
	Count	Count Percent
경영지원팀	2	7.7%
인사총무	2	7.7%
대표이사 직속	2	7.7%
경영지원본부	2	7.7%
PR사회공헌 부문	1	3.8%
하나금융공익재단	1	3.8%
사회협력실	1	3.8%
전략부문CR실	1	3.8%
사회봉사실	1	3.8%
원익봉사단	1	3.8%
Together team	1	3.8%
경영혁신실	1	3.8%
지역공헌부	1	3.8%
문화홍보실	1	3.8%
전략기획본부 디자인광고팀	1	3.8%
홍보팀	1	3.8%
인사팀	1	3.8%
기획팀	1	3.8%
경영지원부	1	3.8%
글로벌 마케팅본부	1	3.8%
관리지원부문	1	3.8%
모름	1	3.8%
계	26	100.0%

<표> 전담조직의 조직도상 위치

2-3 인력구성(직급별)

문) 귀사의 사회공헌활동 전담조직의 인력구성은 어떻게 됩니까?(이사급)(과, 차 부장급)(사원, 대리급)

- ◎ '전담 조직과 인력을 배치하고 있다'고 응답한 21개 기업을 대상으로 사회공헌 활동 전담조직의 직급별 인력구성을 조사한 결과, 기업당 평균 인력규모를 살펴보면, 이사급은 1.0명, 과 차 부장급은 3.5명, 사원·대리급은 4.0명으로 나타남.

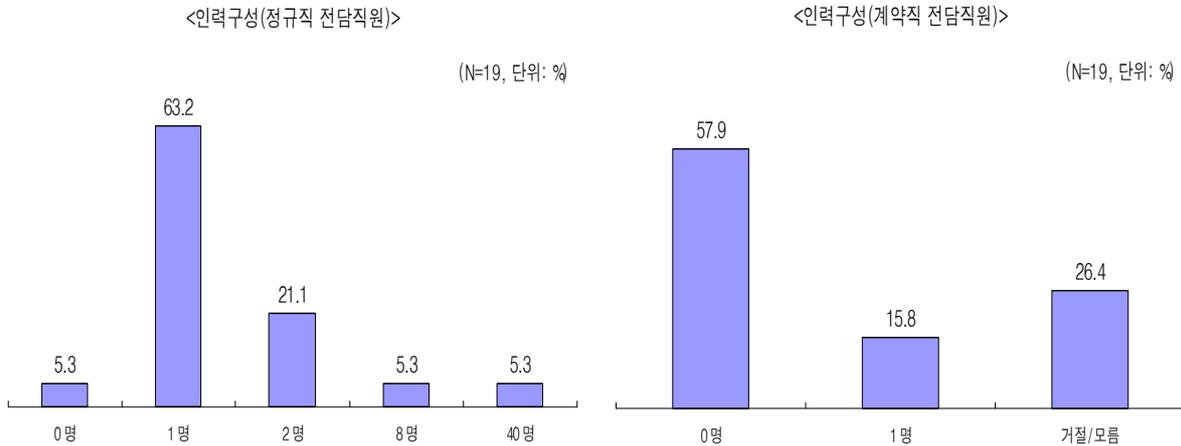


- ▷ 전담조직의 인력구성 항목에 대해, 전담직원이 290명이라고 응답한 기업이 있었으나, 자원봉사활동에 참여하는 직원 수를 기입한 것으로 판단하여 통계분석에서는 제외하였음.

2-4. 인력구성(정규직과 계약직)

문) 귀사의 사회공헌 전담 직원은 모두 몇 명입니까?(정규직 전담직원)(계약직 전담직원)

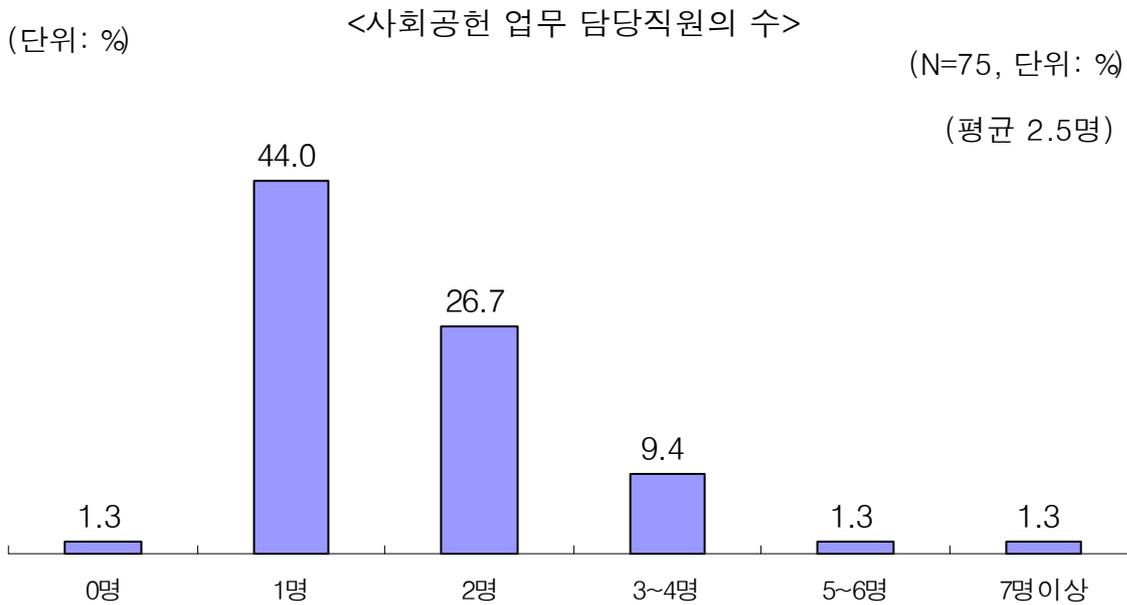
- ◎ '전담인력만 배치하고 있다'고 응답한 19개 기업을 대상으로 사회공헌활동 전담직원의 계약 상태에 따른 인력구성을 조사한 결과, 정규직은 평균 3.58명, 계약직은 0.2명으로 나타나 전담직원은 계약직 보다는 정규직이 많은 것으로 나타남.



2-5. 사회공헌 업무 담당 직원의 수

문) 귀사에서 사회공헌을 주로 담당하는 직원은 모두 몇 명입니까?

- ◎ '전담인력은 없지만 그 업무를 담당하는 직원은 있다'고 응답한 75개 기업을 대상으로 실제로 사회공헌 업무를 담당하는 직원의 수를 조사한 결과, 1명이 45.2%로 가장 높았으며, 2명(29.0%), 3~4명(9.7%) 등의 순이었음.



◎ 응답자 특성표

		1명	2명	3~4명	5~6명	7명 이상
2007년 전체 (n=75)		44.0	26.7	9.4	1.3	1.3
기업별	상장기업 (n=56)	50.0	26.8	7.2	-	1.8
	중소기업 (n=7)	42.9	-	-	14.3	-
	비상장기업(n=12)	16.7	41.7	25.0	-	-

2-6. 사회공헌담당 직원 부서

문) 귀사에서 사회공헌을 담당하는 직원은 어느 부서에 배치되어 있습니까?

◎ 사회공헌을 담당하는 직원의 부서는 다음 표와 같음.

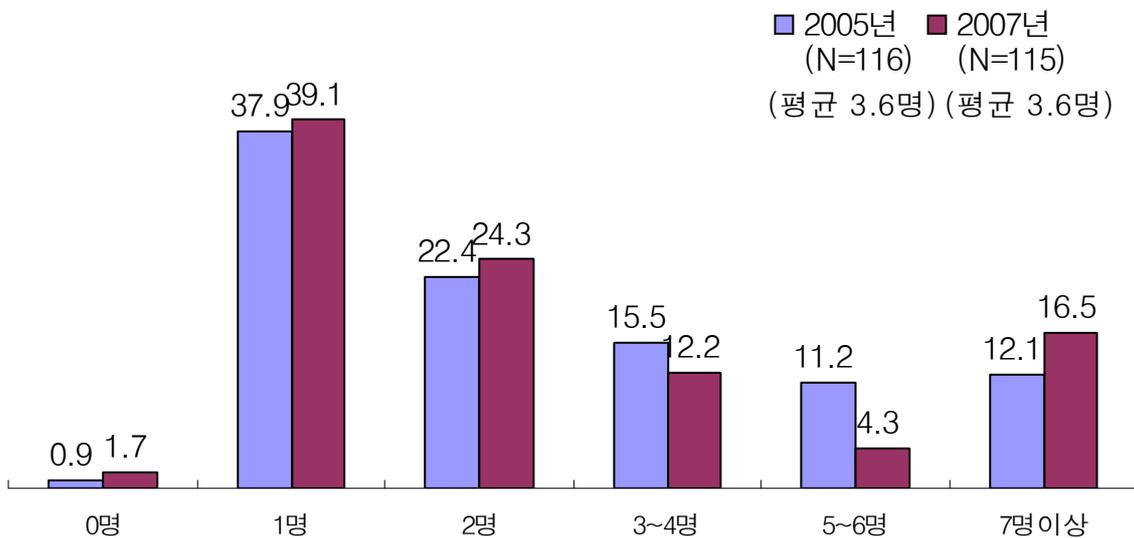
	Count	Count Percent
총무팀	22	29.3%
홍보팀	11	14.7%
모름	11	14.7%
인사팀	3	4.0%
기획팀	3	4.0%
커뮤니케이션실	3	4.0%
인사총무	2	2.7%
경영기획팀	2	2.7%
홍보기획팀	2	2.7%
소속되어 있지 않다	2	2.7%
사회공헌팀	1	1.3%
인력개발팀	1	1.3%
비상계획팀	1	1.3%
경영지원팀	1	1.3%
전략기획팀 총무파트	1	1.3%
영업기획	1	1.3%
경영지원부	1	1.3%
노사협력팀	1	1.3%
관리본부	1	1.3%
전략기획팀	1	1.3%
지원팀	1	1.3%
기획감사실	1	1.3%
기업문화팀	1	1.3%
기획관리본부	1	1.3%
계	75	100.0%

2-7. 총 인력구성(계)

- ◎ 전담인력이나 전담조직, 사회공헌 업무를 주로 담당하는 직원이 있다고 응답한 115개 기업을 대상으로 사회공헌을 담당하는 직원 수의 평균을 구한 결과 3.6명으로 나타남. 1명이 39.1%로 가장 많았으며, 2명 24.3%, 3명 9.6% 등의 순이었음. 2005년 조사와 비교하여, 1명인 경우는 1.2%p, 2명인 경우는 1.9%p, 7명 이상인 경우는 4.3%p 증가하였으나, 3~4명(3.3%p), 5~6명(6.8%p)은 감소한 것으로 나타남. 평균은 3.6명으로 2005년 조사결과와 같았음.

(단위: %)

<사회공헌 담당인력 수(계)>



◎ 응답자 특성표

		1명	2명	3~4명	5~6명	7명 이상
2007년 전 체 (n=115)		39.1	24.3	12.2	4.3	16.5
기업별	상장기업 (n=84)	45.2	22.6	9.5	3.6	16.7
	중소기업 (n=8)	50.0	12.5	12.5	12.5	12.5
	비상장기업(n=23)	13.0	34.8	21.7	4.3	17.4

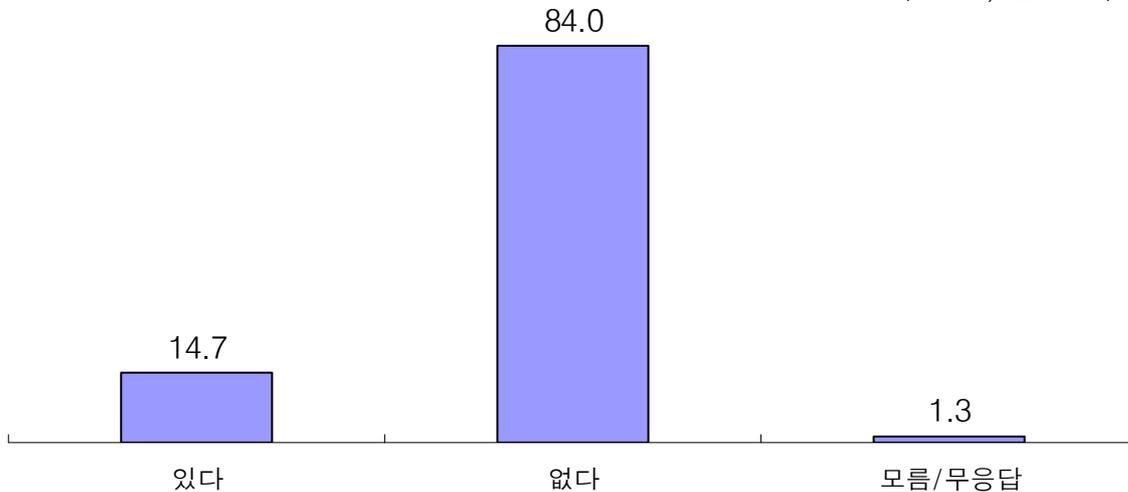
2-8. 인력이나 조직 배치 계획

문) 귀사는 앞으로 사회공헌 전담인력이나 조직을 배치할 계획이 있습니까?

- '전담조직이나 인력이 없다'고 응답한 75개 업체를 대상으로 인력이나 조직 배치 계획을 설문한 결과, '없다'는 응답이 84.0%로 압도적으로 높았으며, '있다'는 응답은 14.7%에 그쳤음.

<인력이나 조직 배치 계획>

(N=75, 단위: %)



● 응답자 특성표

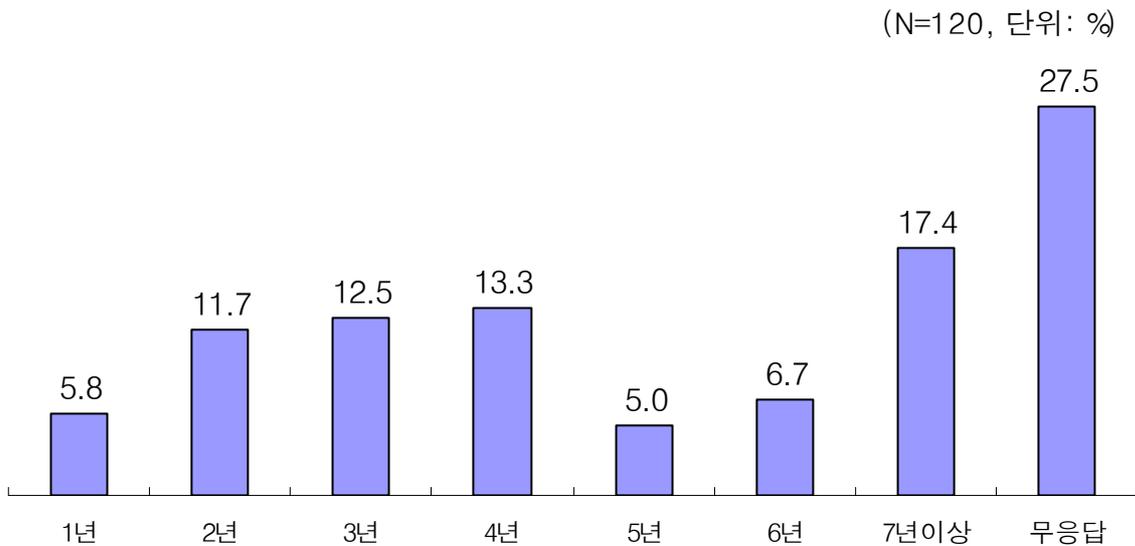
		있다	없다	모름/무응답
2007년 전 체 (n=75)		14.7	84.0	1.3
기업별	상장기업 (n = 64)	12.5	85.9	1.6
	중소기업 (n = 7)	28.6	71.4	-
	비상장기업 (n = 4)	25.0	75.0	-

3. 전담인력 배치년도

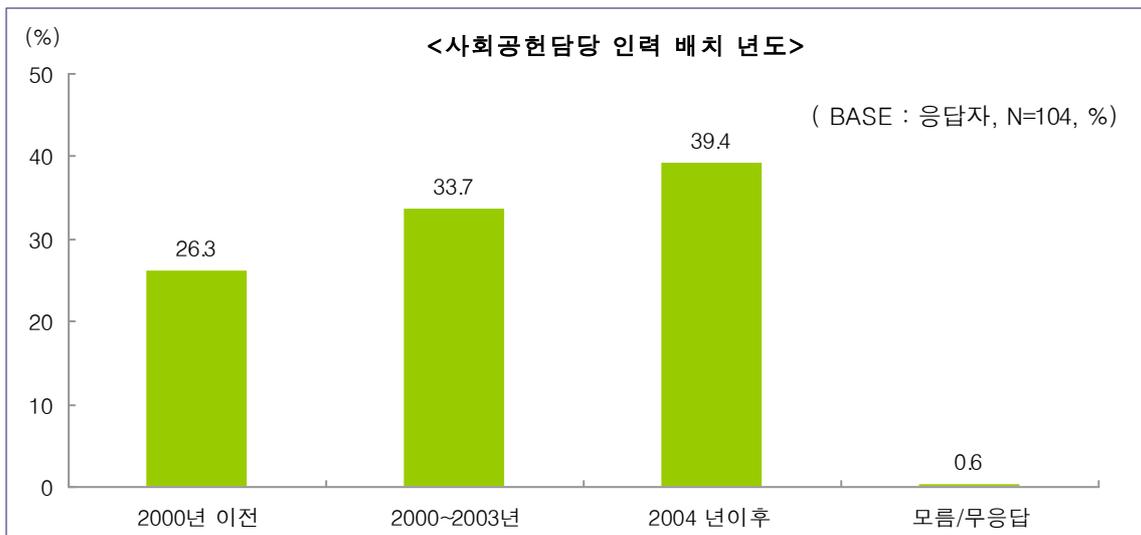
문) 귀사가 사회공헌 전담인력을 처음 배치한 것은 몇 년도입니까?

◎ 전담인력을 배치한 년도를 조사한 결과 7년 이상이 17.4%로 가장 높게 나타났다.

<조직, 인력배치 유무>



<2007년 기준>



<2005년 기준>

4. 복지학 전공자 및 시민단체 경력자 수

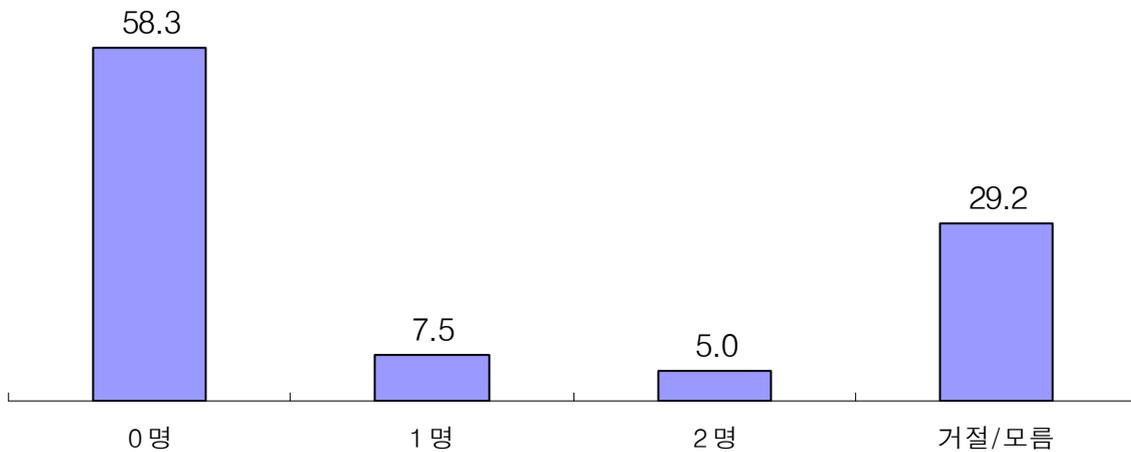
문) 귀사의 사회공헌 담당인력 중 사회복지학 전공자나 시민사회단체 경력자는 몇 명이나 됩니까?

◎ 사회공헌 담당인력 중 사회복지학 전공자나 시민단체 경력자는 몇 명이나 되는지를 설문한 결과, '0 명'이라는 응답이 58.3%로 압도적으로 높게 나타남.

(단위: %)

<복지학 전공자 및 시민단체 경력자 수>

N=120



◎ 응답자 특성표

		0명	1명	2명	거절/모름
전 체 (n=120)		58.3	7.5	5.0	29.2
기업	상 장 기 업 (n = 8 7)	58.6	8.0	3.4	29.9
	중 소 기 업 (n = 1 0)	50.0	-	-	50.0
	비 상 장 기 업 (n = 2 3)	60.9	8.7	13.0	17.4

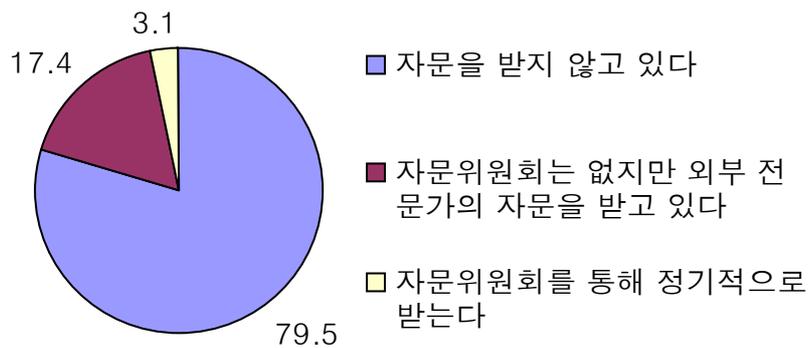
5. 외부자문 유무

문) 귀사는 사회공헌활동과 관련하여 외부의 자문을 받고 있습니까?

- ◎ 사회공헌활동과 관련하여 외부의 자문을 받고 있는지를 조사한 결과, '자문을 받지 않고 있다'가 79.5%로 압도적으로 높게 나왔으며, '자문위원회는 없지만 외부 전문가의 자문을 받고 있다'가 17.4%, '자문위원회를 통해 정기적으로 받는다'는 응답은 3.1%에 그침.

(단위: %)

외부자문 유무



◎ 응답자 특성표

		자문을 받지 않고 있다	자문위원회는 없지만 외부 전문가의 자문을 받고 있다	자문위원회를 통해 정기적으로 받는다
전 체 (n=195)		79.5	17.4	3.1
기업규모	상 장 기 업 (n = 1 5 1)	82.8	15.2	2.0
	중 소 기 업 (n = 1 7)	76.5	17.6	5.9
	비 상 장 기 업 (n = 2 7)	63.0	29.6	7.4

I—B. 2006년도 사회공헌 실적에 관한 사항

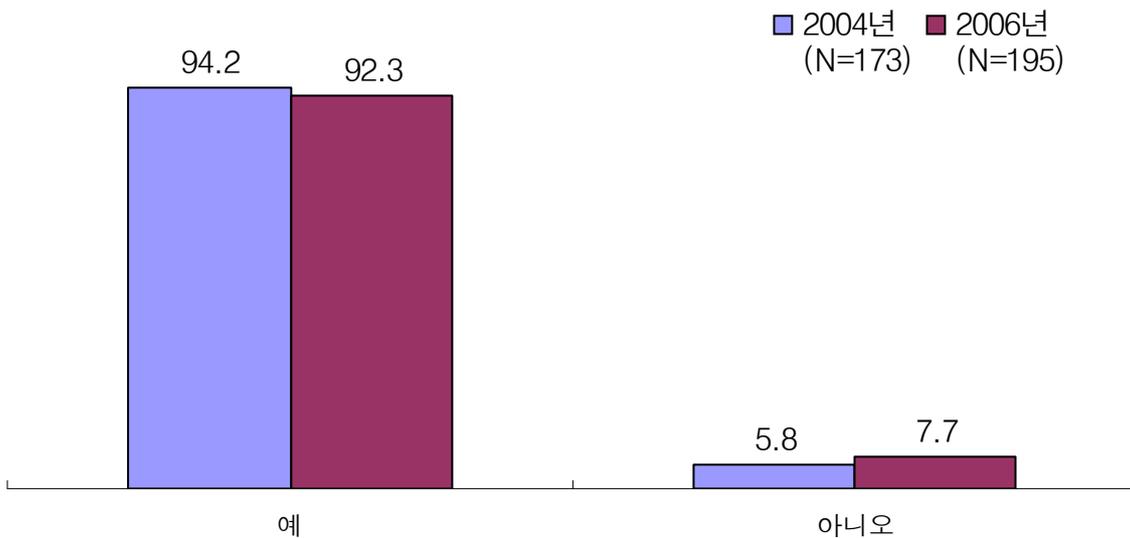
6. 2006년도 사회공헌 실시여부

문) 귀사는 작년도(2006년)에 사회공헌활동을 실시하였습니까?

- ◎ 사회공헌활동 참여 경험이 있다고 응답한 195개 기업에 대해 2006년도 사회공헌활동 실시여부를 조사한 결과, 절대 다수인 92.3%가 '예'라고 응답하였으며, '아니오'라는 응답은 7.7%에 그쳤음. 2004년도 비교하여, 비슷한 결과를 나타냄.

(단위: %)

<전년도 사회공헌 실시여부>



◎ 응답자 특성표

		경험 있음	경험 없음
2006년 전체 (n=195)		92.3	7.7
기업별	상장기업 (n=151)	92.1	7.9
	중소기업 (n=17)	82.4	17.6
	비상장기업 (n=27)	100	-
2004년 전체 (n=173)		94.2	5.8
기업별	상장기업 (n=132)	92.4	7.6
	100대비상장기업 (n=32)	100	-
	기타 (n=9)	100	-

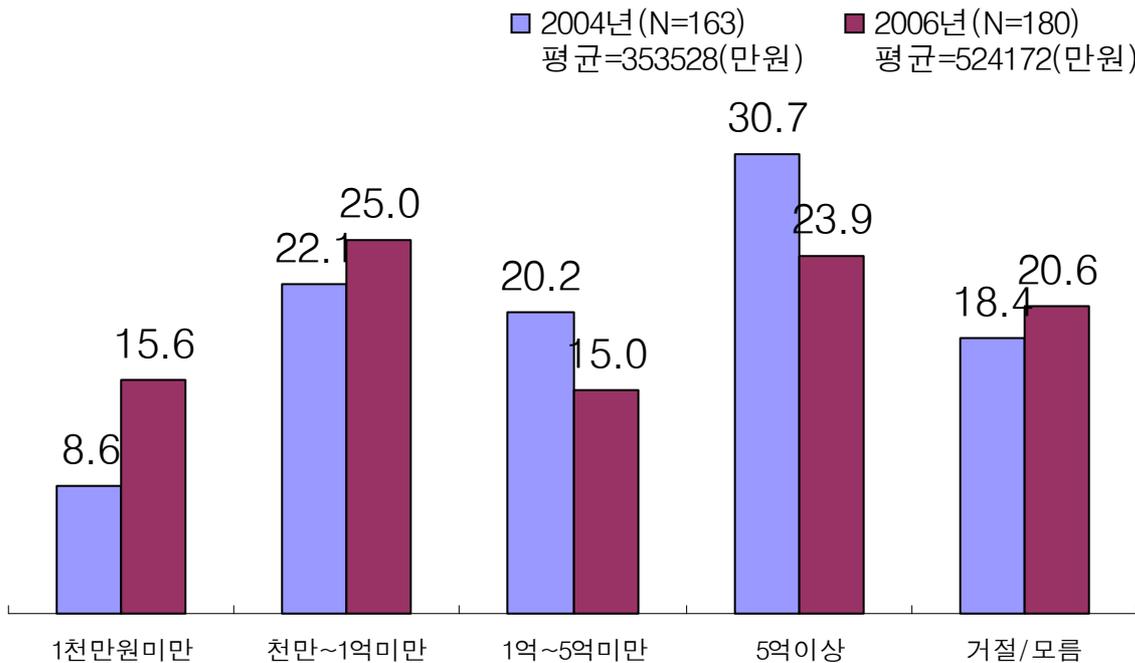
7. 2006년도 기부금 총액

문) 귀사의 작년도 기부금 총액 (단위: 만원)은 얼마입니까? (☞ 최대한 정확하고 상세하게 알려주시면 감사하겠습니다)

- 2006년도 기부금 총액을 조사한 결과, 기업당 평균 기부금액은 52억4,172만원으로 2004년도 평균 기부금액 35억3,528만원에 비해 17억644만원 증가한 것으로 나타났다. 1천만원 미만 기부 기업은 7.0%p 상승하였으나 5억 이상 기부 기업은 6.8% 하락하였음에도 불구하고 기부금 평균액이 상승한 것은 기업들 간의 기부금 양극화 현상이 나타나는 것으로 볼 수 있다.

(단위: %)

<전년도 기부금 총액>



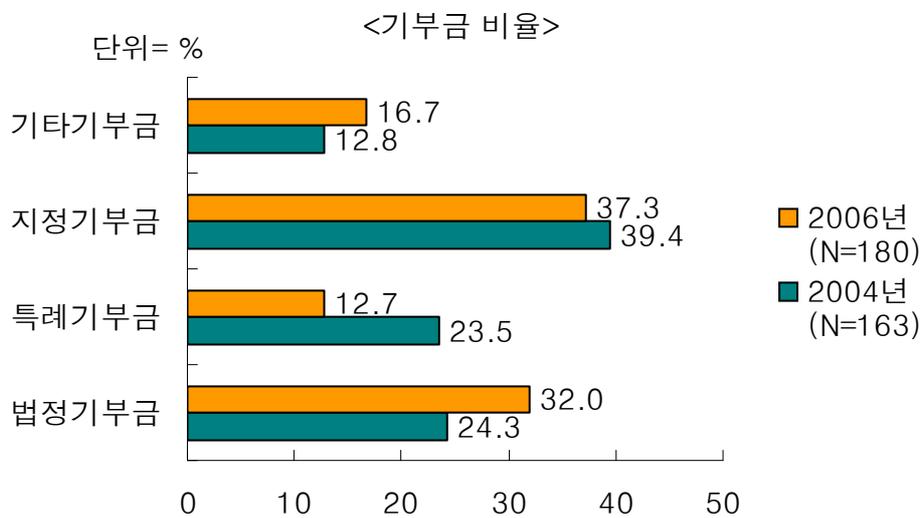
● 응답자 특성표

		1천만원미만	천만~1억미만	1억~5억미만	5억 이상
2006년 전체 (n=180)		15.6	25.0	15.0	23.9
기업별	상장기업 (n=139)	18.7	25.2	11.5	23.7
	중소기업 (n=14)	14.3	50.0	14.3	14.3
	비상장기업 (n=27)	-	11.1	33.3	29.6

8. 2006년도 기부금의 종류

문) 귀사의 작년도 기부금 중 다음 항목의 비율은 대체로 어느 정도입니까?(이 문항의 보기와 관련하여 설문 하단의 기부금 분류표를 참고하시기 바랍니다.) (☞ 최대한 정확하고 상세하게 알려주시면 감사하겠습니다)

- 기부금중 법정, 특례, 지정 기부금의 비율을 조사한 결과, 지정기부금이 37.3%로 가장 높게 나타났다. 2004년도 기부금 종류와 비교하여, 지정기부금은 2.1%p, 특례기부금은 10.8%p 하락한 반면, 법정기부금은 7.7%p, 기타기부금은 3.9%p 상승하였음.



◎ 응답자 분석표

		법정기부금	특례기부금	지정기부금	기타기부금
2006년 전체 (n=180)		32.0	12.7	37.3	16.7
기업 별	상 장 기 업 (n = 139)	32.2	9.1	39.1	18.4
	중 소 기 업 (n = 14)	41.5	8.0	30.3	17.8
	비 상 장 기 업 (n = 27)	25.7	33.4	32.2	7.2
2004년 전체 (n=163)		24.3	23.5	39.4	12.8
기업 별	상 장 기 업 (n = 122)	22.4	23.1	42.7	11.9
	100대비상장기업 (n = 32)	25.3	22.4	35.5	16.8
	기 타 (n = 9)	45.7	33.6	11.8	8.9

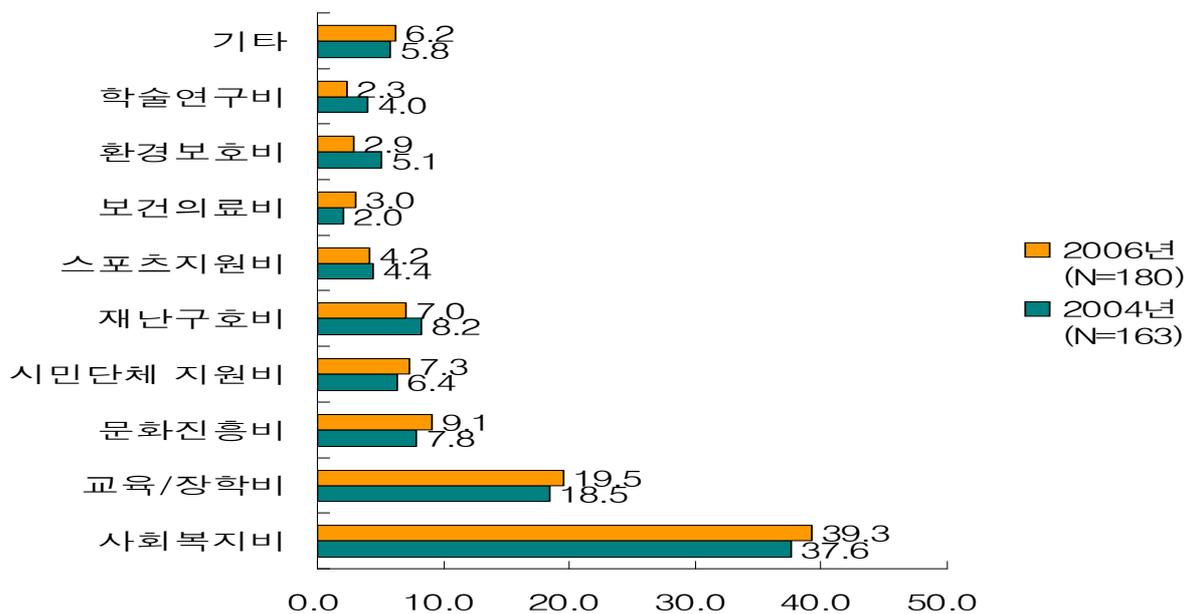
9. 2006년도 기부금의 대상

문) 귀사는 작년도에 다음 중 어떤 활동에 참여하셨습니다? 귀사의 기부금을 대상별로 구분한다면, 다음 항목의 비율은 대체로 어느 정도입니까?

- ◎ 기부금을 세부 항목 비율로 조사한 결과, 2004년도와 거의 비슷한 형태로 나타남. '사회복지비'가 39.3%로 압도적으로 높게 나타남. 그 뒤로 '교육/장학비'(19.5%), 문화진흥비(9.1%), 시민단체 지원비(7.3%) 등의 순으로 나타남.

단위 = %

<기부금 비율>



◎ 응답자 분석표

		사회복지비	교육/장학비	문화진흥비	시민단체 지원비
2006년 전체 (n=180)		39.3	19.5	9.1	7.3
기업 별	상 장 기 업 (n = 1 3 9)	41.2	19.9	8.7	7.8
	중 소 기 업 (n = 1 4)	30.5	21.9	2.0	1.0
	비 상 장 기 업 (n = 2 7)	34.3	15.8	15.7	8.3
2004년 전체 (n=163)		37.6	18.5	7.8	6.4
기업 별	상 장 기 업 (n = 1 2 2)	42.6	17.0	6.6	5.9
	100대비상장기업 (n = 3 2)	26.5	22.9	12.0	6.5
	기 타 (n = 9)	13.7	22.6	7.3	14.3

10. 2006년도 기부방식

문) 귀사는 다음 중 어떤 방식을 통해 기부를 하셨습니까? 귀사의 기부금을 기부방식에 따라 구분한다면, 다음 항목의 비율은 대체로 어느 정도입니까?

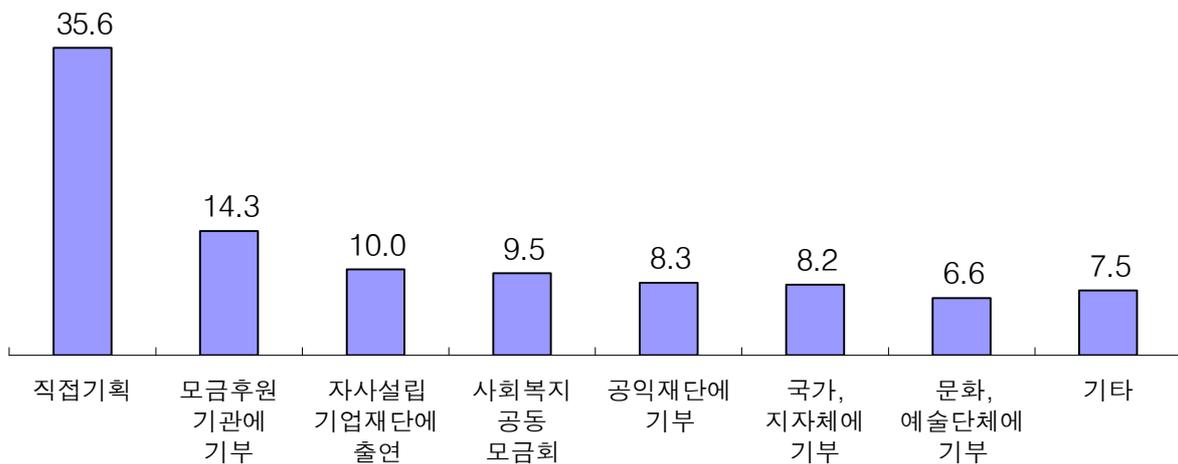
- ◎ 기부방식에 대해 조사한 결과 '기부대상을 직접 선정하는 등 사업을 직접 기획하여 실시'라는 응답이 35.6%로 압도적으로 높았으며, 그 뒤로 '모금 후원기관'(14.3%), '자사가 설립한 기업재단에 출연'(10.0%) 등의 순이었음.

☞ [참고] 2004년도의 경우 복수(2개)응답이었음. 따라서 2004년도 조사결과와 2006년도 조사결과를 절대적인 값으로 비교하는 것은 불가능 함. 다만, 전체의 비율에서 각 영역의 비율을 고려하여 비교하는 것은 가능.

(단위: %)

<기부방식(2006년)>

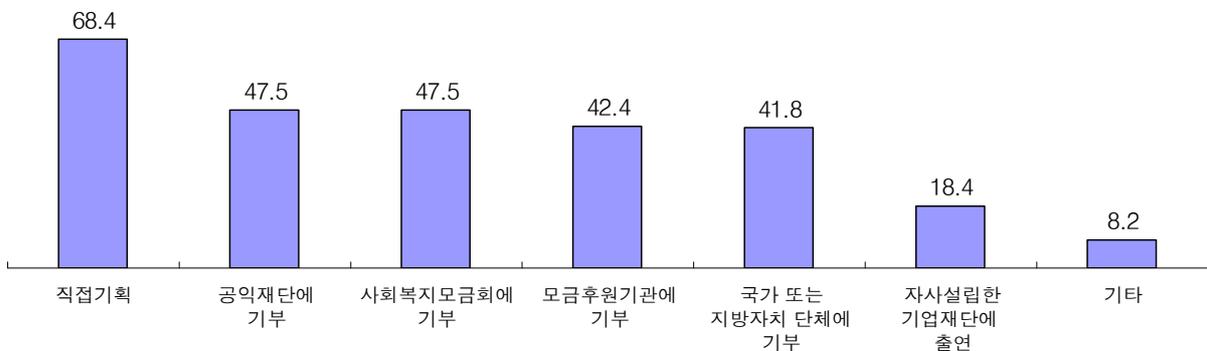
N=180



(단위: %)

<기부방식(2004), 중복응답>

N=163



◎ 응답자 분석표

		사회복지비	교육/장학비	문화진흥비	시민단체 지원비
2006년 전체 (n=180)		39.3	19.5	9.1	7.3
기업체	상 장 기 업 (n = 1 3 9)	41.2	19.9	8.7	7.8
	중 소 기 업 (n = 1 4)	30.5	21.9	2.0	1.0
	비 상 장 기 업 (n = 2 7)	34.3	15.8	15.7	8.3
2004년 전체 (n=163)		37.6	18.5	7.8	6.4
기업체	상 장 기 업 (n = 1 2 2)	42.6	17.0	6.6	5.9
	100대비상장기업 (n = 3 2)	26.5	22.9	12.0	6.5
	기 타 (n = 9)	13.7	22.6	7.3	14.3

I-C 사회공헌활동 참여 방법 관련

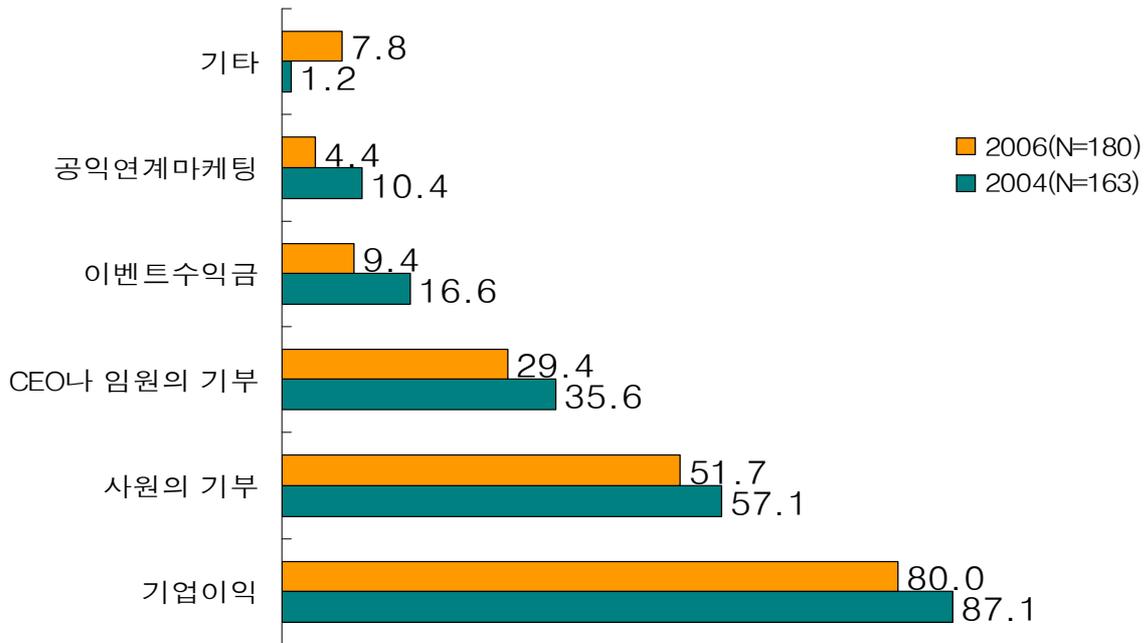
11. 사회공헌활동을 위한 자원

문) 귀사의 사회공헌활동을 위한 자원은 무엇입니까? 해당되는 것을 모두 골라 주시기 바랍니다.

◎ 사회공헌활동을 위한 자원은 무엇인지를 조사한 결과, '기업이익'이 80.0%로 가장 높았으며, 그 뒤로 '사원의 기부'(51.7%), 'CEO나 임원의 기부'(29.4%) 등의 순으로 나타남.

단위 = %

사회공헌활동을 위한 자원



◎ 응답자 분석표

		기업이익	사원의 기부	CEO나 임원의 기부	이벤트 수익금
2006년 전체 (n=180)		80.0	51.7	29.4	9.4
기업 대표	상장기업 (n=139)	79.1	53.2	30.2	10.8
	중소기업 (n=14)	64.3	42.9	35.7	-
	비상장기업 (n=27)	92.6	48.1	22.2	7.4

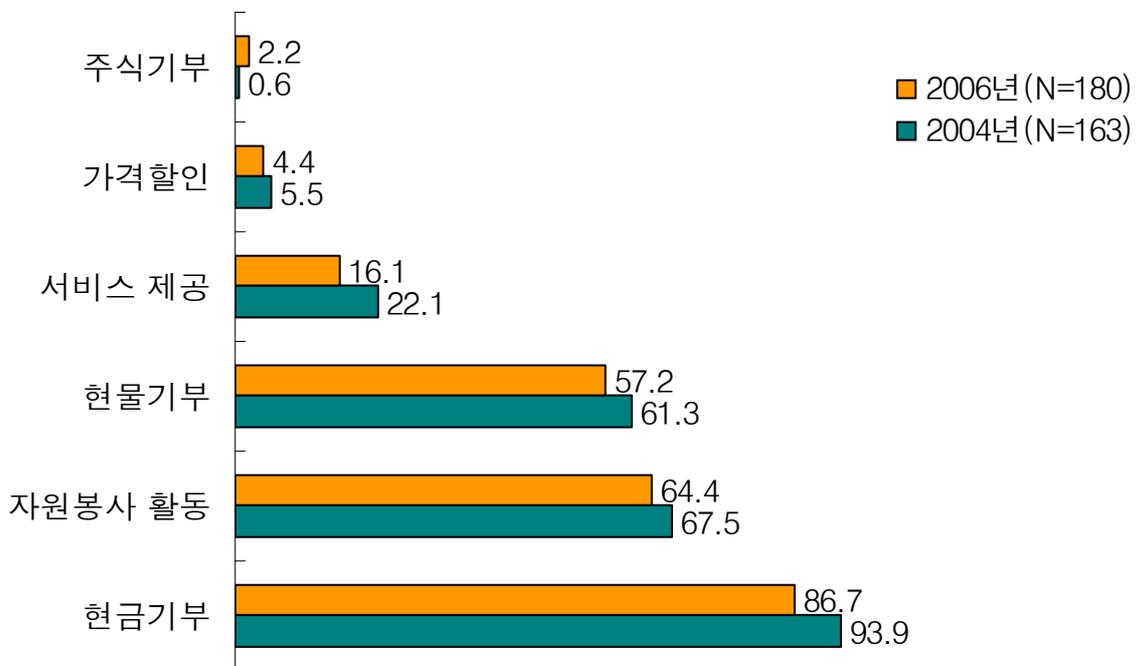
12. 사회공헌활동 실천 방법

문) 귀사는 사회공헌활동을 다음의 어떤 방법을 통해 실천하고 있습니까? 해당되는 것을 모두 골라 주시기 바랍니다.

- 사회공헌 활동 실천 방법에 대해 조사한 결과, '현금 기부'가 86.7%로 가장 높았으며, 그 뒤로 '자원봉사 활동'(64.4%), '현물기부'(57.2%), '서비스 제공'(16.1%), '가격할인'(4.4%) '주식 기부'(2.2%) 등의 순이었음.

단위= %

<사회공헌활동 실천 방법>



◎ 응답자 분석표

		현금기부	자원봉사 활동	현물기부	서비스 제공
2006년 전체 (n=180)		86.7	64.4	57.2	16.1
기업	상장기업 (n=139)	85.6	61.2	57.6	18.0
	중소기업 (n=14)	85.7	50.0	50.0	7.1
	비상장기업 (n=27)	92.6	88.9	59.3	11.1

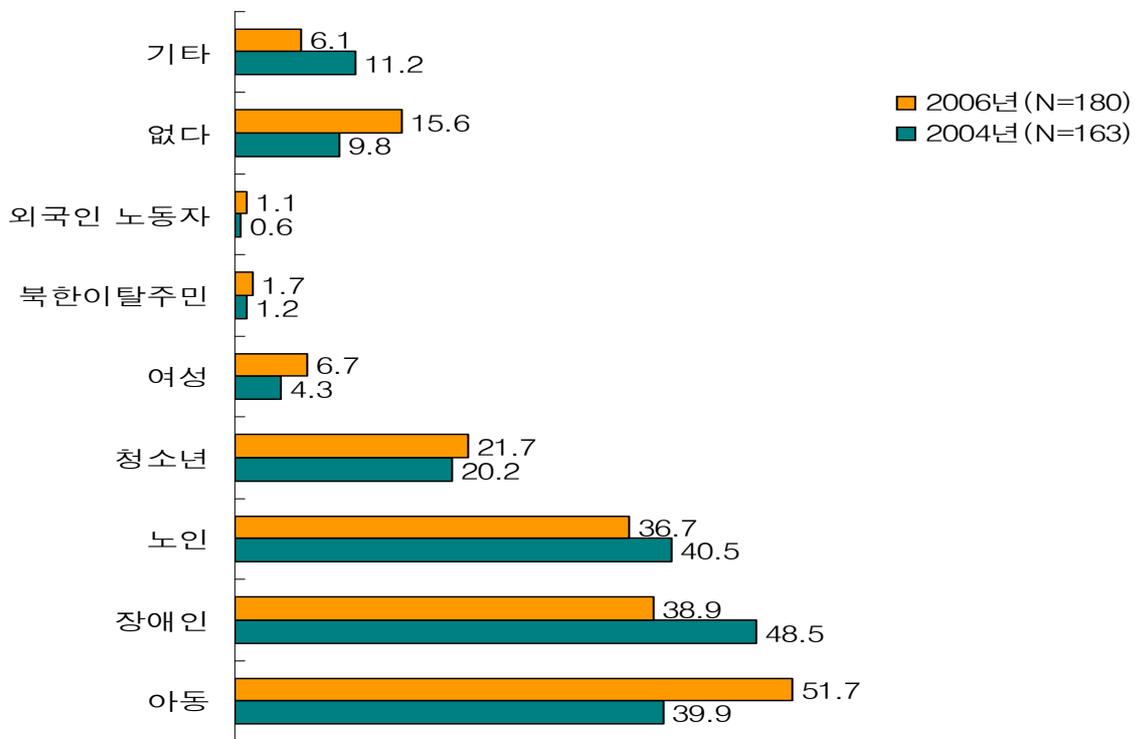
13. 특별한 관심 계층이나 집단

문) 귀사가 사회공헌활동에 참여하는 과정에서 특별히 관심을 갖는 계층이나 집단이 있다면, 그들은 누구입니까? 두 가지만 선택해 주십시오.

- 사회공헌활동에 참여하는 과정에서 특별히 관심을 갖는 계층이나 집단이 있는지를 조사한 결과, '아동'이라는 응답이 51.7%로 가장 높았으며, 그 뒤로 '장애인'(38.9%), '노인'(36.7%), '청소년'(21.7%), '없다'(15.6%) 등의 순이었음.

단위= %

<사회공헌활동 실천 방법>



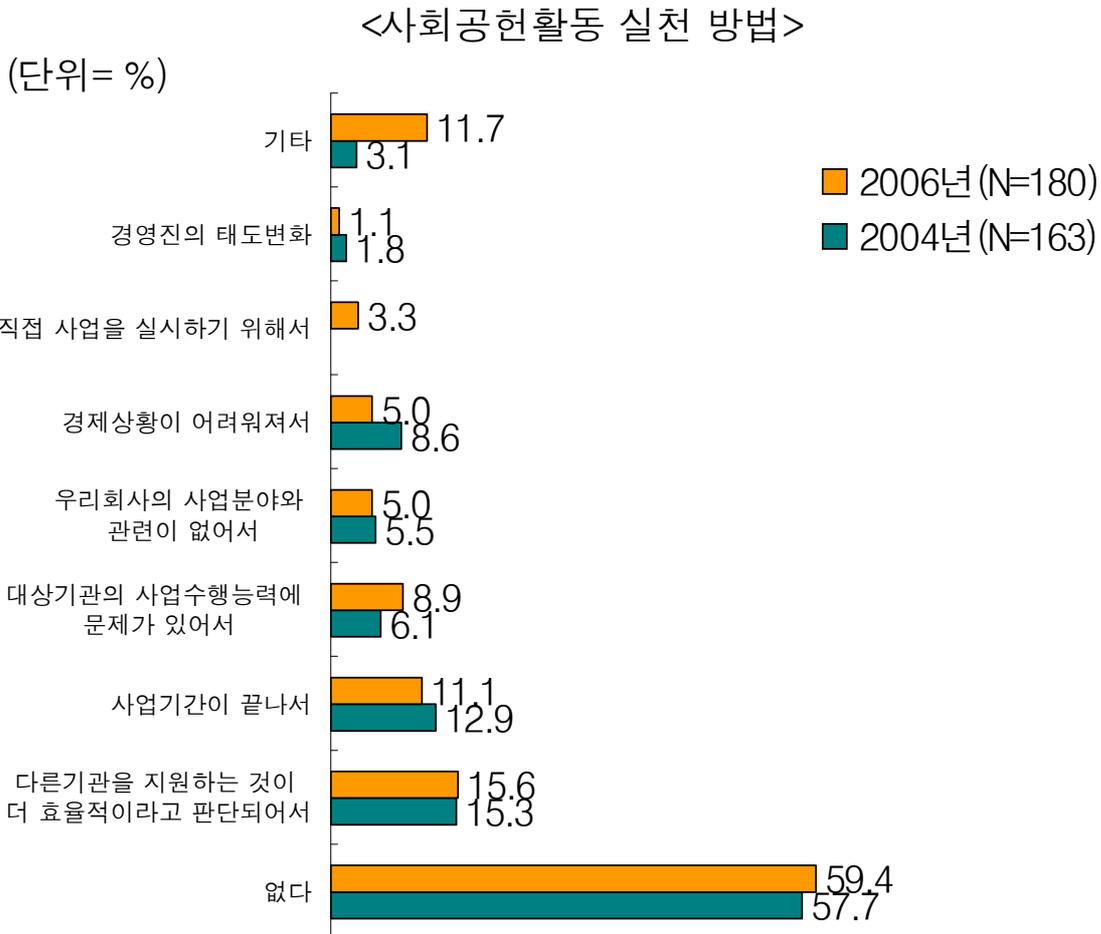
◎ 응답자 분석표

		아동	장애인	노인	청소년	여성
2006년 전체 (n=180)		51.7	38.9	36.7	21.7	6.7
기업규모	상장기업 (n=139)	51.1	38.8	35.3	20.9	6.5
	중소기업 (n=14)	57.1	57.1	14.3	14.3	7.1
	비상장기업 (n=27)	51.9	29.6	29.6	7.4	7.4

14. 기부중단 유무 및 이유

문) 귀사는 공익단체 (사회복지시설, 시민단체, NGO 등 포함)를 지원하다가 중단한 경우가 있습니까? 있다면 그 주된 이유는 무엇이었습니까? 두 가지만 선택해 주십시오.

- 공익단체를 지원하다가 중단한 경우가 있는지의 여부와 만약 있다면, 그 주된 이유가 무엇인지를 조사한 결과, '없다'가 59.4%로 압도적으로 높았으며, 중단한 주된 이유로는 '다른 기관을 지원하는 것이 더 효율적이라고 판단되어서'(15.6%), '사업기간이 끝나서'(8.9%), '대상기관의 사업수행능력에 문제가 있어서'(8.9%) 등의 순으로 나타남.



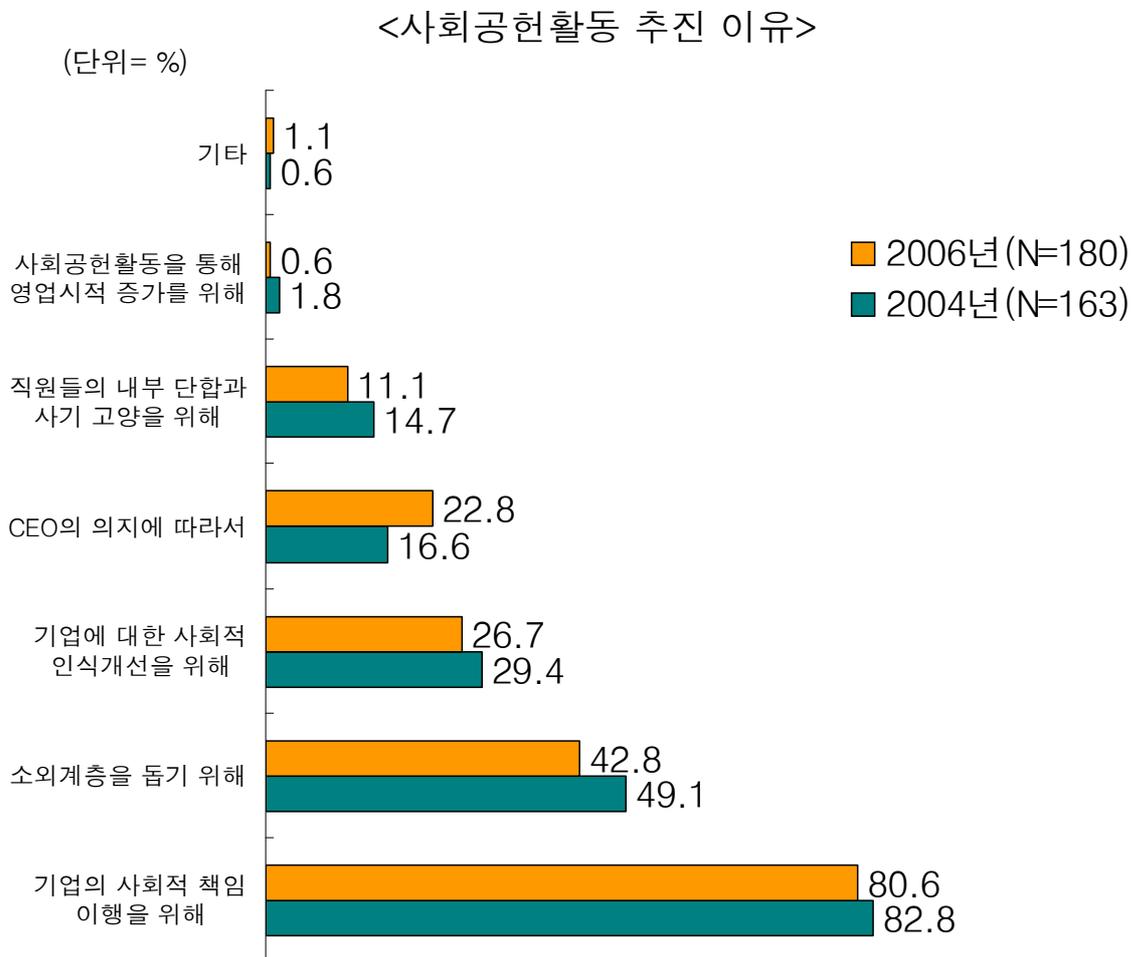
◎ 응답자 분석표

	없다	다른 기관을 지원하는 것이 더 효율적이라고 판단되어서	사업기간이 끝나서	대상기관의 사업수행능력에 문제가 있어서
2006년 전체 (n=180)	59.4	15.6	11.1	8.9
기업별	상장기업 (n=168)	14.4	10.8	7.2
	중소기업 (n=59)	14.3	-	7.1
	비상장기업 (n=30)	22.2	18.5	18.5
2004년 전체 (n=163)	57.7	15.3	12.9	6.1
기업별	상장기업 (n=122)	11.5	14.8	4.9
	100대비상 장기업 (n=32)	28.1	9.4	9.4
	기타 (n=9)	22.2	-	11.1

15. 사회공헌활동 추진 이유

문) 귀사가 사회공헌활동을 추진하게 된 주된 이유는 무엇인지 두 가지만 선택해 주시기 바랍니다.

- 사회공헌활동을 추진하게 된 주된 이유가 무엇인지를 설문한 결과, '기업의 사회적 책임 이행을 위해'라는 응답이 80.6%로 가장 높았으며, 그 뒤로 '소외계층을 돕기 위해'(42.8%), '기업에 대한 사회적 인식 개선을 위해'(26.7%), 'CEO의 의지에 따라서'(22.8%) 등의 순이었음.



◎ 응답자 분석표

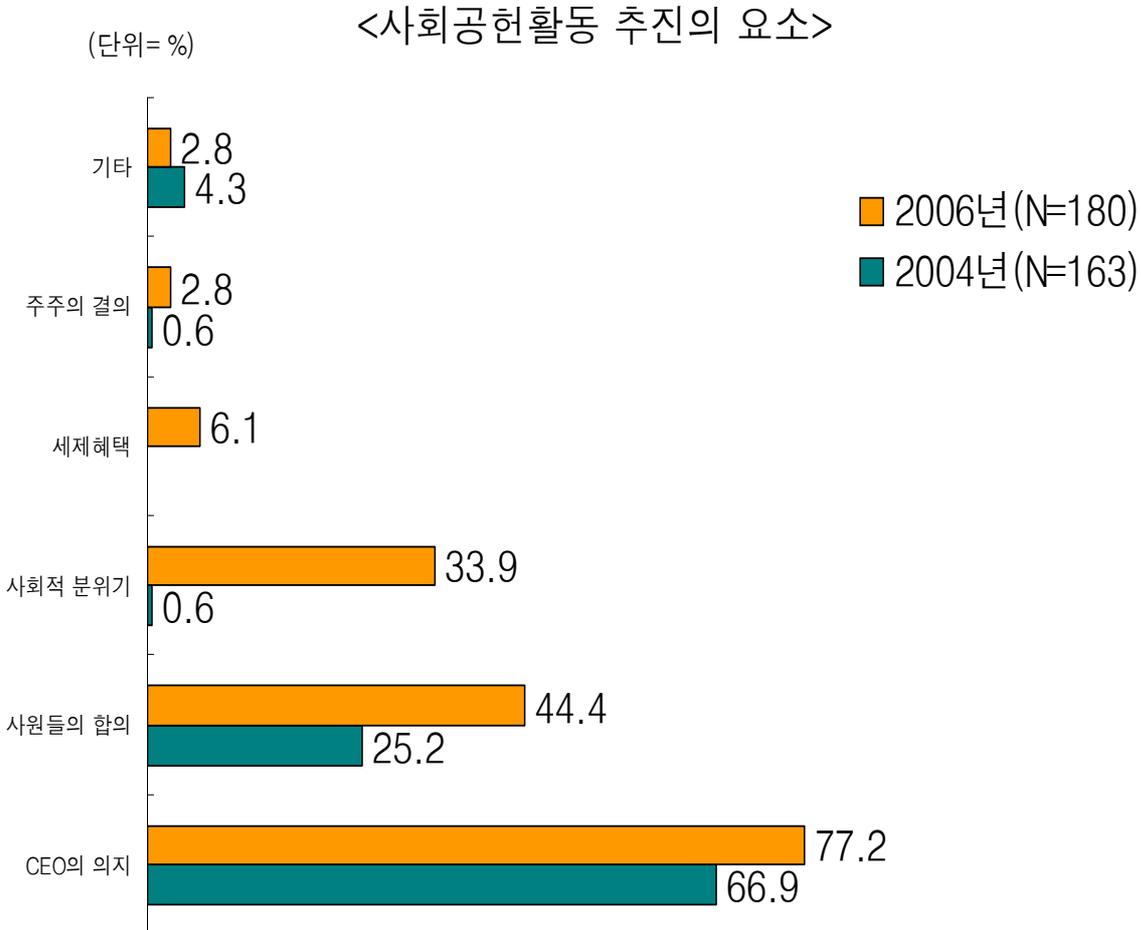
		기업의 사회적 책임 이행을 위해	소외계층을 돕기 위해	기업에 대한 사회적 인식 개선을 위해	CEO의 의지에 따라
2006년 전체 (n=180)		80.6	42.8	26.7	22.8
기업 별	상 장 기 업 (n = 1 6 8)	77.7	45.3	24.5	25.2
	중 소 기 업 (n = 5 9)	71.4	50.0	28.6	21.4
	비상장기업 (n = 3 0)	100.0	25.9	37.0	11.1
2004년 전체 (n=163)		82.8	49.1	29.4	16.6
기업 별	상 장 기 업 (n = 1 2 2)	82.8	49.2	29.5	16.4
	100대비상 장 기 업 (n = 3 2)	87.5	43.8	34.4	15.6
	기 타 (n = 9)	66.7	66.7	11.1	22.2

16. 사회공헌활동 추진의 결정적 요소

문) 다음 중 귀사의 사회공헌활동을 추진하는데 있어 결정적인 요소는 무엇인지 두 가지만 선택해 주시기 바랍니다.

- ◎ 사회활동을 추진하는데 있어 결정적인 요소는 무엇인지를 설문한 결과, 'CEO의 의지'가 77.2%로 가장 높았으며 '사원들의 합의'(44.4%), '사회적 분위기'(33.9%), '세제혜택'(6.1%) 등의 순이었다.

☞ [참고] 2006년도의 경우 복수(2개)응답이었음. 따라서 2004년도 자료와 2006년도 자료를 절대적인 값으로 비교하는 것은 불가능 함. 다만, 전체의 비율에서 각 영역의 비율을 고려하여 비교하는 것은 가능.



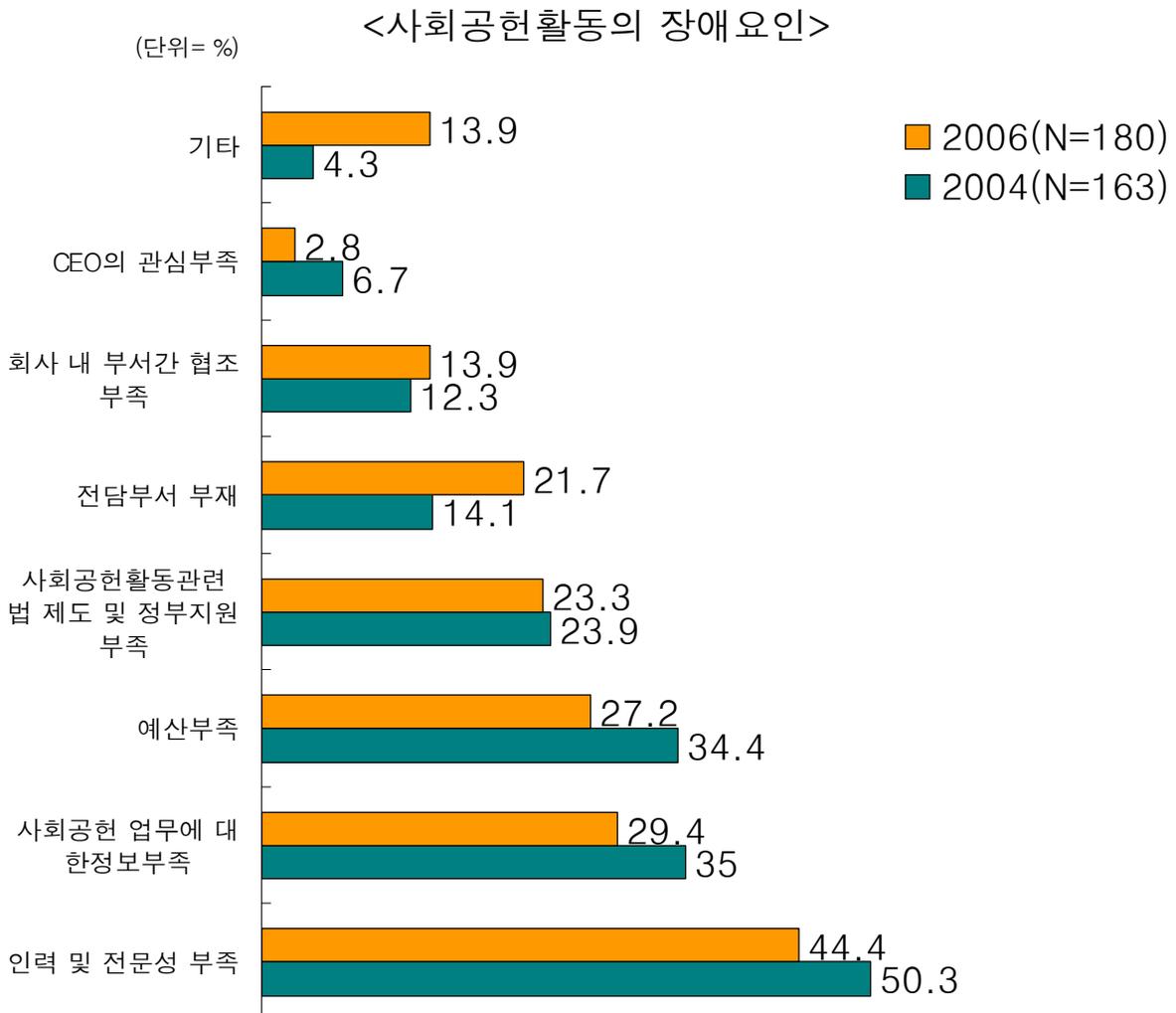
◎ 응답자 분석표

		CEO의 의지	사원들의 합의	사회적 분위기	세제혜택
2006년 전체 (n=180)		77.2	44.4	33.9	6.1
기업별	상장기업 (n=168)	79.1	45.3	28.8	6.5
	중소기업 (n=59)	71.4	35.7	21.4	7.1
	비상장기업 (n=30)	70.4	44.4	66.7	3.7
2004년 전체 (n=163)		66.9	25.2	-	-
기업별	상장기업 (n=122)	68.9	23.8	-	-
	100대비상장기업 (n=32)	62.5	31.3	-	-
	기타 (n=9)	55.6	22.2	-	-

17. 사회공헌활동의 장애요인

문) 귀사가 사회공헌활동을 추진하는데 있어 장애요인은 무엇인지 두가지만 선택해 주시기 바랍니다.

- 기업이 사회공헌활동을 추진하는데 있어 장애요인은 무엇인지를 설문한 결과, '인력 및 전문성 부족'이 44.4%로 가장 높게 나타났으며, 그 뒤로 '사회공헌 업무에 대한 정보부족'(29.4%), '예산 부족'(27.2%), '사회공헌활동관련 법 제도 및 정부지원 부족'(23.3%), '전담부서 부재'(21.7%) 등의 순이었음.



◎ 응답자 분석표

		인력 및 전문성 부족	사회공헌 업무에 대한 정보 부족	예산부족	사회공헌활동관련 법 제도 및 정부지원 부족
2006년 전체 (n=180)		44.4	29.4	27.2	21.7
기업별	상장기업 (n=168)	43.2	32.4	25.9	21.6
	중소기업 (n=59)	21.4	21.4	35.7	21.4
	비상장기업 (n=30)	63.0	18.5	29.6	22.2
2004년 전체 (n=163)		50.3	35.0	34.4	23.9
기업별	상장기업 (n=122)	49.2	32.0	31.1	23.8
	100대비상 장기업 (n=32)	50.0	50.0	43.8	25.0
	기타 (n=9)	66.7	22.2	44.4	22.2

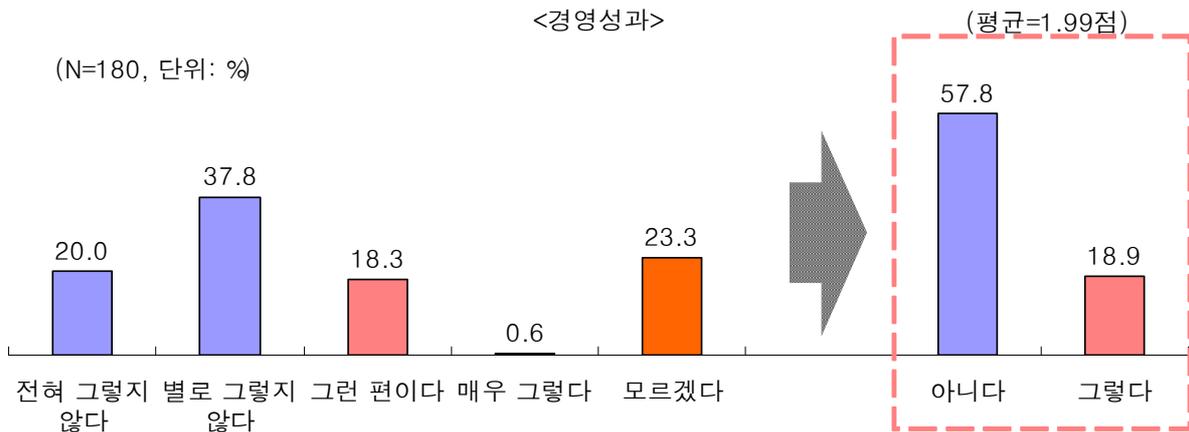
I-D. 사회공헌활동 성과관련

18-1. 경영성과

문) 귀사의 사회공헌활동은 다음과 같은 영역에서 얼마나 큰 성과가 있었다고 생각하시는 지 해당되는 곳에 표시하여 주시고, 각 항목들 간의 순위를 매겨 주시기 바랍니다.

-기업의 매출 증가 등 경영성과를 높였다

- ◎ 사회공헌 활동이 기업의 매출 증가 등 경영성과를 높였는지를 조사한 결과, '아니다'(전혀: 20.0% + 별로: 37.8%)라는 응답이 57.8%로 '그렇다'(그런 편: 18.3% + 매우: 0.6%)라는 18.9%의 응답에 비해 압도적으로 높게 나타났다.



◎ 응답자 분석표

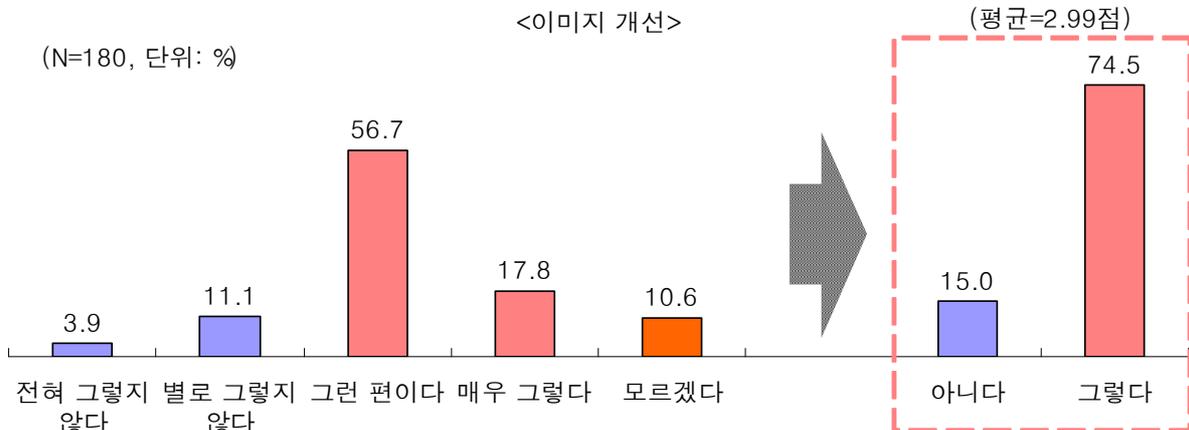
		그렇다	아니다	모르겠다
2006년 전체 (n=180)		18.9	57.8	23.3
기업규모	상 장 기 업 (n = 1 3 9)	17.3	59.7	23.0
	중 소 기 업 (n = 1 4)	14.2	57.1	28.6
	비 상 장 기 업 (n = 2 7)	29.6	48.1	22.2

18-2. 이미지 개선

문) 귀사의 사회공헌활동은 다음과 같은 영역에서 얼마나 큰 성과가 있었다고 생각하십니까
 해당되는 곳에 표시하여 주시고, 각 항목들 간의 순위를 매겨 주시기 바랍니다.

-기업의 전반적인 이미지 개선에 기여했다

- ◎ 사회공헌 활동이 기업의 전반적인 이미지 개선 등의 성과를 높였는지를 조사한 결과, '그렇다'(그런 편: 56.7% + 매우: 17.8%)라는 응답이 74.5%로 '아니다'(전혀: 3.9% + 별로: 11.1%)라는 15.0%의 응답에 비해 압도적으로 높게 나타났다.



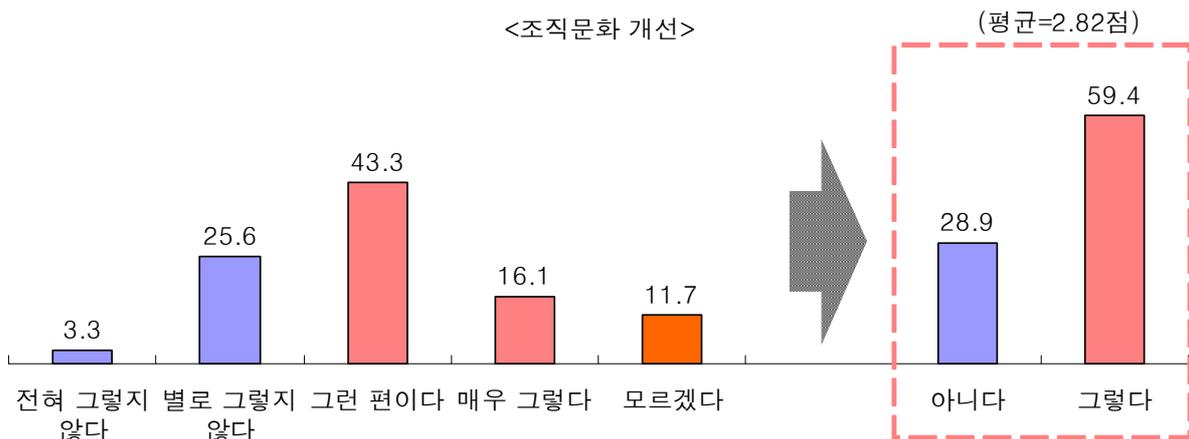
◎ 응답자 분석표

		그렇다	아니다	모르겠다
2006년 전체 (n=180)		74.5	15.0	10.6
기업규모	상장기업 (n = 139)	73.4	16.5	10.1
	중소기업 (n = 14)	71.4	21.4	7.1
	비상장기업 (n = 27)	81.5	3.7	14.8

18-3. 조직문화 개선

문) 귀사의 사회공헌활동은 다음과 같은 영역에서 얼마나 큰 성과가 있었다고 생각하십니까 해당되는 곳에 표시하여 주시고, 각 항목들 간의 순위를 매겨 주시기 바랍니다.
-사원들의 결속력을 높이는 등 조직문화를 개선했다

- ◎ 사회공헌 활동이 사원들의 결속력을 높이는 등 조직문화를 개선했는지의 여부를 설문한 결과, '그렇다'(그런 편: 43.3% + 매우: 16.1%)라는 응답이 59.4%로 '아니다'(전혀: 3.3% + 별로: 25.6%)라는 28.9%의 응답에 비해 두 배 이상 높았다.



◎ 응답자 분석표

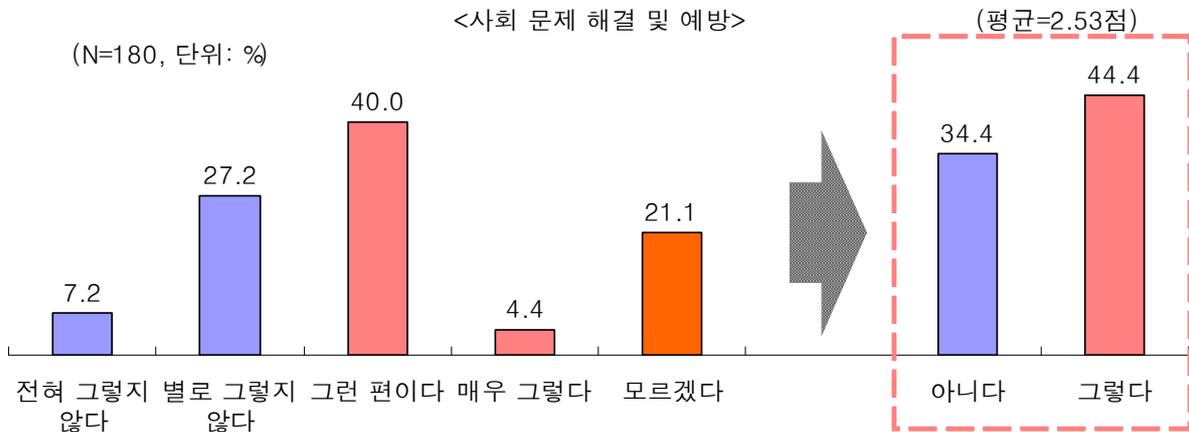
		그렇다	아니다	모르겠다
2006년 전체 (n=180)		59.4	28.9	11.7
기업규모	상장기업 (n = 139)	58.2	30.9	10.8
	중소기업 (n = 14)	50.0	35.7	14.3
	비상장기업 (n = 27)	70.4	14.8	14.8

18-4. 사회문제 해결 및 예방

문) 귀사의 사회공헌활동은 다음과 같은 영역에서 얼마나 큰 성과가 있었다고 생각하시는지 해당되는 곳에 표시하여 주시고, 각 항목들 간의 순위를 매겨 주시기 바랍니다.

-사회문제의 해결이나 예방에 기여했다

- ◎ 사회공헌 활동이 사회문제의 해결이나 예방에 기여했는지를 설문한 결과, '그렇다'(그런 편: 40.0% + 매우: 4.4%)라는 응답이 44.4%로 '아니다'(전혀: 7.2% + 별로: 27.2%)라는 34.4%의 응답에 비해 높게 나타났다.



◎ 응답자 분석표

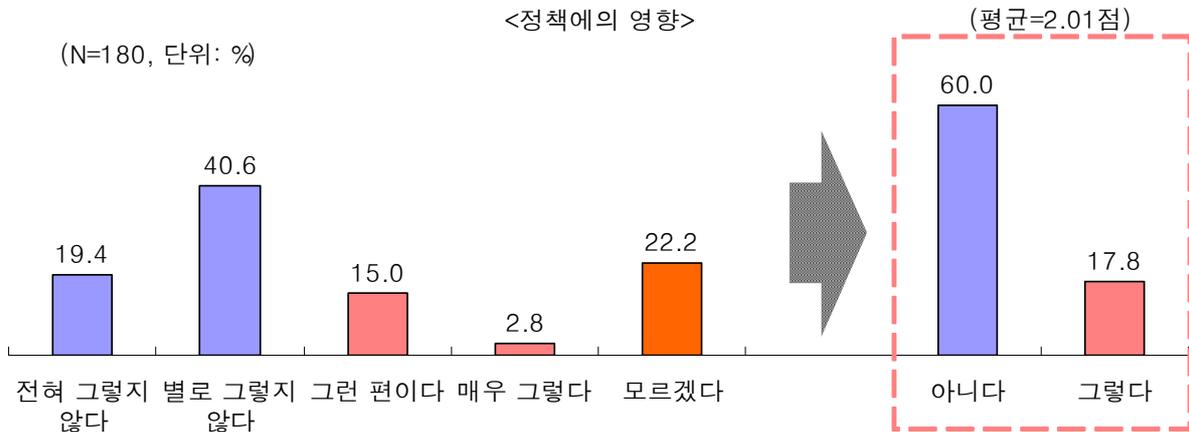
		그렇다	아니다	모르겠다
2006년 전체 (n=180)		44.4	34.4	21.1
기업별	상장기업 (n = 139)	45.4	35.3	19.4
	중소기업 (n = 14)	14.3	50.0	35.7
	비상장기업 (n = 27)	55.5	22.2	22.2

18-5. 정책에의 영향

문) 귀사의 사회공헌활동은 다음과 같은 영역에서 얼마나 큰 성과가 있었다고 생각하시는 지 해당되는 곳에 표시하여 주시고, 각 항목들 간의 순위를 매겨 주시기 바랍니다.

-국가나 지방자치단체의 정책에 영향을 미쳤다

- ◎ 사회공헌활동이 국가나 지방자치단체의 정책에 영향을 미쳤는지를 조사한 결과, '아니다'(전혀: 19.4% + 별로: 40.6%)라는 응답이 60.0%로 '그렇다'(그런 편: 15.0% + 매우: 2.8%)라는 17.8%에 비하여 압도적으로 높게 나타났다.



◎ 응답자 분석표

		그렇다	아니다	모르겠다
2006년 전체 (n=180)		17.8	60.0	22.2
기업별	상장기업 (n = 139)	17.3	61.9	20.9
	중소기업 (n = 14)	7.1	64.3	28.6
	비상장기업 (n = 27)	25.9	48.1	25.9

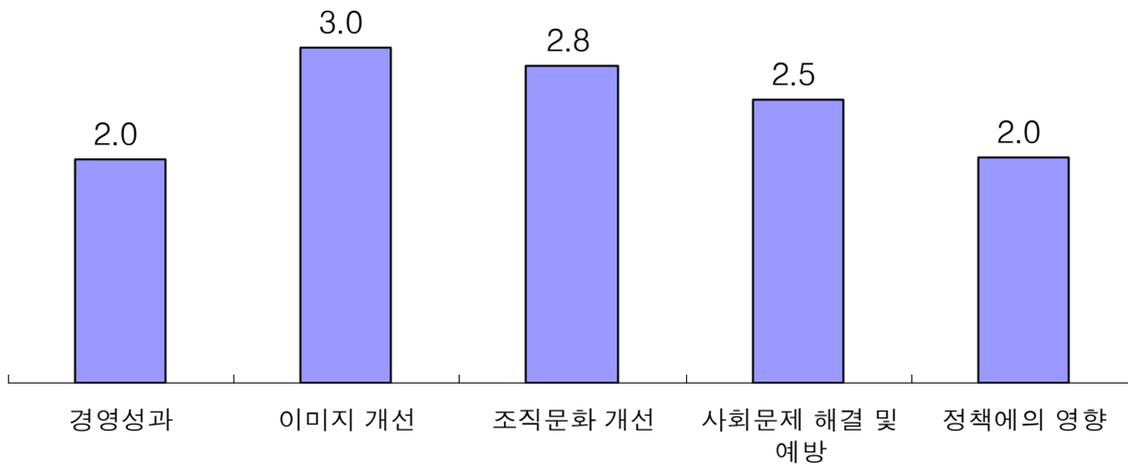
18-6. 경영성과 속성

문) 18-1~5번 문항을 recoding하여 만든 변수

- ◎ 경영성과, 이미지개선, 조직문화 개선, 사회문제 해결 및 예방, 정책에의 영향에 대해 사회공헌활동이 미친 영향을 4점 만점으로 환산한 결과, '이미지 개선'이 3.0점으로 가장 높았으며, '조직문화 개선' 및 '사회문제 해결 및 예방'이 각각 2.8점 및 2.5점으로 나타났음.

<경영성과 속성>

(N=180, 만점: 4점)



◎ 응답자 분석표

		경영성과	이미지개선	조직문화 개선	사회문제 해결 및 예방	정책에의 영향
2006년 전체 (n=180)		2.0	3.0	2.8	2.5	2.0
기업별	상장기업 (n=139)	1.9	2.9	2.8	2.5	2.0
	중소기업 (n=14)	2.2	2.7	2.6	2.1	1.8
	비상장기업 (n=27)	2.1	3.2	3.0	2.8	2.2

19-1. 사회공헌 활동의 경영진 만족도

문) 귀사가 실시한 사회공헌활동에 대한 만족도는 어느 정도입니까?

-경영진의 만족도

◎ 2006년 실시한 사회공헌활동에 대한 경영진의 만족도를 설문한 결과, '만족'(5: 7.8 + 4: 41.7%)이라는 답변이 49.4%로 '불만족'(1: 1.1% + 2: 6.7%)이라는 7.8%의 응답에 비해 압도적으로 높게 나타났으며, 평균은 3.5점으로 나타남.

☞ [참고] 5점 척도로 매우 불만족은 1점, 매우 만족은 5점으로 표기 하게 하였음. 여기서의 평균의 의미는 응답자들이 어느 점수와 어느 점수 사이에 존재할지의 가능성을 예측 하는데 쓰일 수 있으나, '만족도가 몇 점이다'는 식의 해석은 무리가 따름.

(N= 180, 단위:%)

<사회공헌 활동의 경영진 만족도>



◎ 응답자 분석표

		불만족	만족	모르겠다
2006년 전체 (n=180)		7.8	49.4	3.3
기업별	상장기업 (n=139)	8.6	50.4	3.6
	중소기업 (n=14)	-	35.7	-
	비상장기업 (n=27)	7.4	51.9	3.7

19-2. 사회공헌 활동의 담당자 만족도

문) 귀사가 실시한 사회공헌활동에 대한 만족도는 어느 정도입니까?

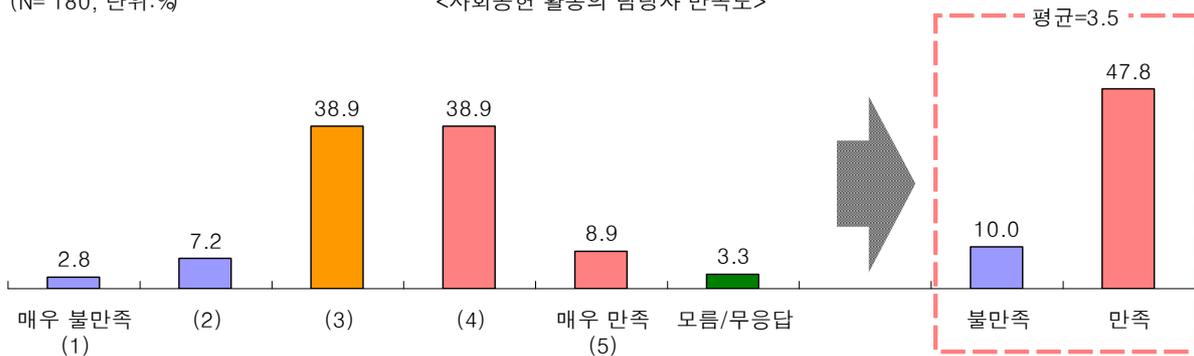
-사회공헌 담당자 본인의 개인적 만족도

◎ 2006년 실시한 사회공헌활동에 대한 담당자 본인의 만족도를 설문한 결과, '만족'(5: 8.9 + 4: 38.9%)이라는 답변이 47.8%로 '불만족'(1: 2.8% + 2: 7.2%)이라는 10.0%의 응답에 비해 압도적으로 높게 나타났으며 평균은 3.5점으로 나타남.

☞ [참고] 5점 척도로 매우 불만족은 1점, 매우 만족은 5점으로 표기 하게 하였음. 여기서의 평균의 의미는 응답자들이 어느 점수와 어느 점수 사이에 존재할지의 가능성을 예측 하는데 쓰일 수 있으나, '만족도가 몇 점이다'는 식의 해석은 무리가 따름.

(N= 180, 단위:%)

<사회공헌 활동의 담당자 만족도>



◎ 응답자 분석표

		불만족	만족	모르겠다
2006년 전체 (n=180)		10.0	47.8	3.3
기업규모	상 장 기 업 (n = 1 3 9)	10.8	46.8	3.6
	중 소 기 업 (n = 1 4)	7.1	50.0	-
	비 상 장 기 업 (n = 2 7)	7.4	51.9	3.7

19-3. 사회공헌 활동의 직원들 만족도

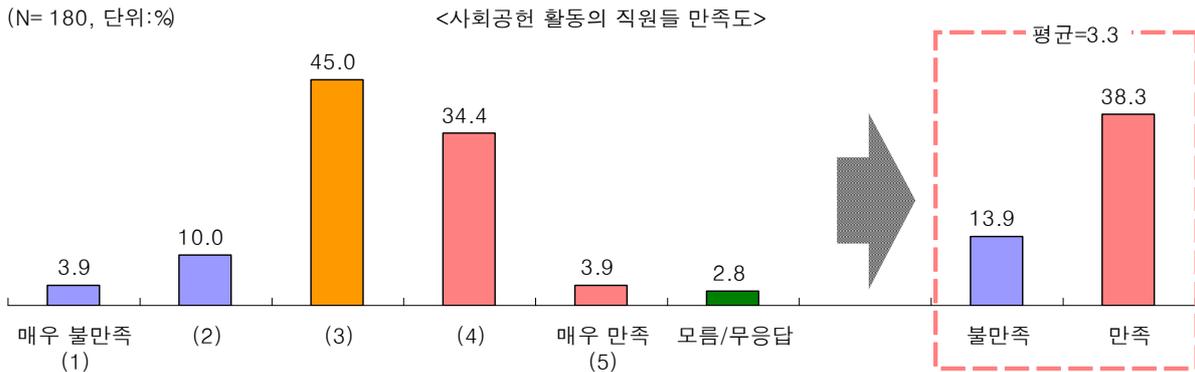
문) 귀사가 실시한 사회공헌활동에 대한 만족도는 어느 정도입니까?

-사회공헌 담당자 외 직원들의 만족도

◎ 2006년 실시한 사회공헌활동에 대한 담당자 외 직원들의 만족도를 설문한 결과, '만족'(5: 3.9 + 4: 34.4%)이라는 답변이 38.3%로 '불만족'(1: 3.9% + 2: 10.0%)이라는 13.9%의 응답에 비해 압도적으로 높게 나타났으며 평균은 3.3 점으로 나타남.

☞ [참고] 5점 척도로 매우 불만족은 1점, 매우 만족은 5점으로 표기 하게 하였음. 여기서의 평균의 의미는 응답자들이 어느 점수와 어느 점수 사이에 존재할지의 가능성을 예측 하는데 쓰일 수 있으나, '만족도가 몇 점이다'는 식의 해석은 무리가 따름.

(N= 180, 단위:%)



◎ 응답자 분석표

		불만족	만족	모르겠다
2006년 전체 (n=180)		13.9	38.3	2.8
기업규모	상 장 기 업 (n = 1 3 9)	15.1	40.3	2.9
	중 소 기 업 (n = 1 4)	14.3	21.4	-
	비 상 장 기 업 (n = 2 7)	7.4	37.0	3.7

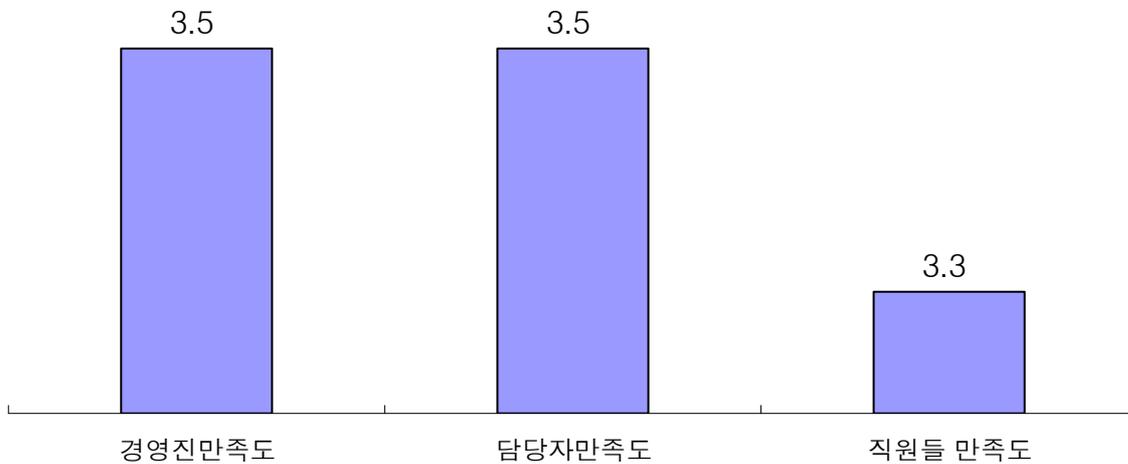
19-4. 사회공헌 활동 속성

문) 19-1~3번 문항을 recoding하여 만든 변수

- ◎ 경영진, 담당자 및 담당자 외 직원들의 만족도를 5점 만점으로 환산하여 평균을 구한 결과, 경영진 담당자의 만족도가 각각 3.5점으로 직원들 만족도 3.3점에 비하여 높게 나타났다.

<사회공헌 활동 속성>

(N=180, 만점: 5점)



◎ 응답자 분석표

		경영진 만족도	담당자 만족도	직원들 만족도
2006년 전체 (n=180)		3.5	3.5	3.3
기업규모	상 장 기 업 (n = 1 3 9)	3.4	3.4	3.2
	중 소 기 업 (n = 1 4)	3.5	3.5	3.0
	비 상 장 기 업 (n = 2 7)	3.5	3.5	3.3

◎ 가장 만족스러웠던 사업의 이유는 다음 표와 같음

	Count	Count Percent
모름	78	43.3%
직접 봉사활동에 참여해서	14	7.8%
실질적인 도움이 되기 때문에	7	3.9%
전직원이 하나되어 동료애를 발휘해서	7	3.9%
소외계층에 도움을 주어서	5	2.8%
없음	5	2.8%
기업정책과 맞아서 / 사업성과가 맞아서	4	2.2%
기업의 사회적 책임을 실천해서	4	2.2%
참가자 모두가 즐거워해서	4	2.2%
많은인원이 참여해서	3	1.7%
성과가 가시적이라서	3	1.7%
정확지원을 해서	3	1.7%
재해민들에게 도움이 되어서	3	1.7%
수혜 아동들이 즐거워해서	3	1.7%
지원을 함으로써 만족감이 느껴져서	3	1.7%
이동식 무료급식 차량으로 노숙자, 노인 이재민들을 찾아가는 서	3	1.7%
아이들과 함께 할 수 있어서	2	1.1%
장애우에게 도움을 줄 수 있으므로	2	1.1%
경제형편이 어려운자에 대한 지원이 감동적이어서	2	1.1%
어린이 교통사고를 예방해서	2	1.1%
소외계층에게 교육의 기회를 제공해서	2	1.1%
사업장 개방행사로 장애아동 야외운동을 처음으로 지원했다는	2	1.1%
지역 경제를 활성화시켜서	2	1.1%
2006년 세계검도선수권대회에서 대한민국이 우승해서	2	1.1%
무주택서민에게 해택이 있어서	1	.6%
프로그램 내용이 좋아서	1	.6%
독거노인세대 도시락을 만들어 직접 전달해서	1	.6%
직접 장애 현장 봉사하므로	1	.6%
직원자녀들도 참여하여 교육적 효과가 있어서	1	.6%
불우독거노인에게 사랑을 전달하므로	1	.6%
당사의 제품(스피커)과 음악의 상관성 때문에	1	.6%
사원들이 공감하여 지역단체 이슈가 되어서	1	.6%
친환경 사업이라서	1	.6%
규모가 커서	1	.6%
사업이 지속적으로 확대되어서	1	.6%
지역주민에게 문화교육의 기회를 제공해서	1	.6%
어린이들이 건강을 회복해서	1	.6%
저소득 아동들에게 방과후 학교 지원해서	1	.6%
한국 어린이를 국제대회에 참가시켜 독특한 아이디어를 세계에	1	.6%
지자체 출산장려를 촉진해서	1	.6%
어린이 안전을 보장해서	1	.6%
종교단체를 통해 기부해서	1	.6%
문화예술에 대한 임직원들의 관심을 확대해서	1	.6%
기업 이미지를 제고해서	1	.6%
직원 복지를 향상해서	1	.6%
직원의 사기를 진작해서	1	.6%
환자의 치료비를 지원해서	1	.6%
지역사회 균형발전을 촉진시켜서	1	.6%
저소득 가정을 대상으로 사회복지서비스를 제공해서	1	.6%
전 계열사 및 외부파트너가 모두 참여하는 그룹 차원의 프로그램	1	.6%
사회적 일자리 및 사회적기업의 모델사례로 대내외적으로 인정받	1	.6%
청소년의 금융에 대한 인식변화에 기여해서	1	.6%
보육시설 아동에게 꿈과 희망을 심어주어서	1	.6%
개인 역량발휘의 기회를 제공해서	1	.6%
직원들이 직접 자원봉사할 곳을 지정해 봉사활동을 해서	1	.6%
노인정에 LCD TV를 기부해서	1	.6%
농특산물 판매결연식을 가져서	1	.6%
후원아동에게 도움이 되어서	1	.6%
소규모 초등학교 학생들에게 편의를 제공해서	1	.6%
신입사원의 교육에 활용해서	1	.6%
NGO단체의 사원연수회로 이어져서 (감사패)	1	.6%
계	180	100.0%

21. 가장 바람직스러운 사업

문) 귀 사를 포함하여 2006년도에 수행된 우리나라 기업의 사회공헌활동 중 가장 바람직하다고 여겨졌던 사업과 그 이유를 간단하게 답해 주시기 바랍니다.

◎ 가장 바람직스러운 사업은 다음 표와 같음

	Count	Count Percent
모름	112	62.2%
없다	20	11.1%
기부금(성금모금)	4	2.2%
재해복구 지원	3	1.7%
KT-IT 서포터즈	2	1.1%
사회복지시설 방문	2	1.1%
난치병 환자 지원	2	1.1%
CJ그룹의 도너스캠프	2	1.1%
쪽방촌 공부방 사업	2	1.1%
청소년 금융교실(think money)	2	1.1%
한마음어울림마당	2	1.1%
CJ주체 세계청소년문화행사	2	1.1%
해어파트 건축봉사	1	.6%
재한동포학교후원	1	.6%
학교지원	1	.6%
삼성전자의 해외사회공헌	1	.6%
연탄배달	1	.6%
유한킴벌리	1	.6%
1사1촌	1	.6%
무료가발 지원사업	1	.6%
핑크리본	1	.6%
대북 지원	1	.6%
아름다운 토요일 행사	1	.6%
사랑의 전화(무빙스쿨)	1	.6%
수재민돕기 성금모금	1	.6%
SK 행복도시락	1	.6%
문화재지킴이 활동	1	.6%
백혈병 소아암아동 연계 체험학습	1	.6%
교보다솜이 간병봉사단	1	.6%
콤보너스라는 고객참여를 통한 이웃사랑 캠페인	1	.6%
김포시 농촌자매결연	1	.6%
아름다운가게 사업	1	.6%
월별 경로당 식사대접	1	.6%
장진초등학교 교구기증	1	.6%
KT&G 노인복지사업	1	.6%
2014 아시안게임유치 지원	1	.6%
헌혈행사	1	.6%
재난구조현장 실습	1	.6%
계	180	100.0%

◎ 가장 바람직스러운 사업의 이유는 다음 표와 같음

	Count	Count Percent
모름	120	66.7%
없음	17	9.4%
실질적인 도움이 되기 때문에	7	3.9%
직접 봉사활동에 참여해서	6	3.3%
많은인원이 참여해서	3	1.7%
친환경 사업이라서	2	1.1%
기업의 사회적 책임을 실천해서	2	1.1%
공부방 이동지원사업의 기부내용을 임직원이 스스로 선택할 수 ?	2	1.1%
환자들이 삶에 대한 희망을 찾아가는 모습을 볼 수 있어서	2	1.1%
소외계층에게 교육의 기회를 제공해서	2	1.1%
KT 청각장애 청소년에게 디지털보청기를 제공해서	2	1.1%
IT서비스에서 소외된 이들의 정보화교육 사업이라서	1	.6%
외국인에 대한 국가 이미지 재고	1	.6%
진출국가에 대한 이미지제고 때문에	1	.6%
사업장의 진출국가에 대한 호감유발 때문에	1	.6%
최소한의 주거환경을 마련해 주려고	1	.6%
사업이 지속적으로 확대되어서	1	.6%
장학지원을 해서	1	.6%
재해민들에게 도움이 되어서	1	.6%
유망암 조기검진을 위해 노력을 기울여서	1	.6%
남북 평화분위기를 조성해서	1	.6%
여러 시민들이 참여해서	1	.6%
저소득층 아동들에게 체험학습을 제공해서	1	.6%
인간생명존중을 실천해서	1	.6%
기업 이미지를 제고해서	1	.6%
청소년 선도를 해서	1	.6%
사업장 소재지 인근에 위치해서	1	.6%
환자의 치료비를 지원해서	1	.6%
참여대상이 회사고객과 일반인까지 확대되어서	1	.6%
기업과 정부, 시민사회단체, 지역사회단체가 공동으로 참여한 프	1	.6%
사회적 일자리창출과 소외계층에 대한 care를 동시에 만족시킨 ?	1	.6%
문화유산 보전이라는 공감대를 형성해서	1	.6%
소외계층에 도움을 주어서	1	.6%
지원을 함으로써 만족감이 느껴져서	1	.6%
청소년의 금융에 대한 인식변화에 기여해서	1	.6%
보육시설 아동에게 꿈과 희망을 심어주어서	1	.6%
개인 역량발휘의 기회를 제공해서	1	.6%
2014년 아시안게임유치를 지원해서	1	.6%
계	180	100.0%

22. 사회공헌활동과 기업 비전과의 연관성

문) 귀사의 사회공헌활동은 귀사의 비전이나 사업 성격과 어느 정도 밀접하게 관련되어 이루어지고 있습니까?

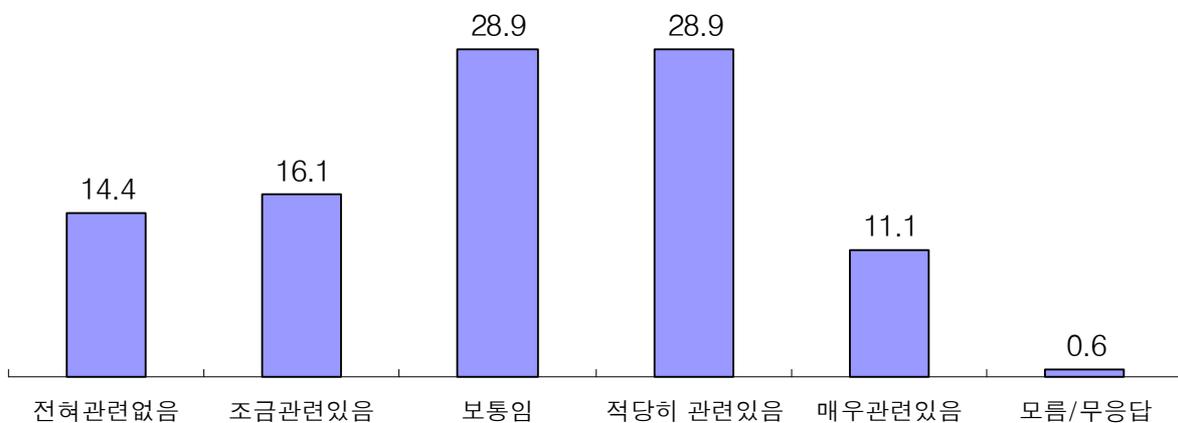
● 사회공헌활동이 회사의 비전이나 사업 성격과 어느 정도 밀접하게 관련되어 이루어지고 있는지를 조사한 결과, '보통임'이라는 응답과 '적당히 관련 있음'이라는 응답이 각각 28.9%로 가장 높게 나타났으며 평균은 3.06으로 나타남.

☞ [참고] 이 문항에서의 평균은 '전혀 관련 없음'은 1점, '조금 관련 있음'은 2점, '보통임'은 3점, '적당히 관련 있음'은 4점, '매우 관련 있음'은 5점으로 환산하여 나온 값임.

<사회공헌활동과 기업 비전과의 연관성>

(N=180, 단위: %)

평균= 3.1



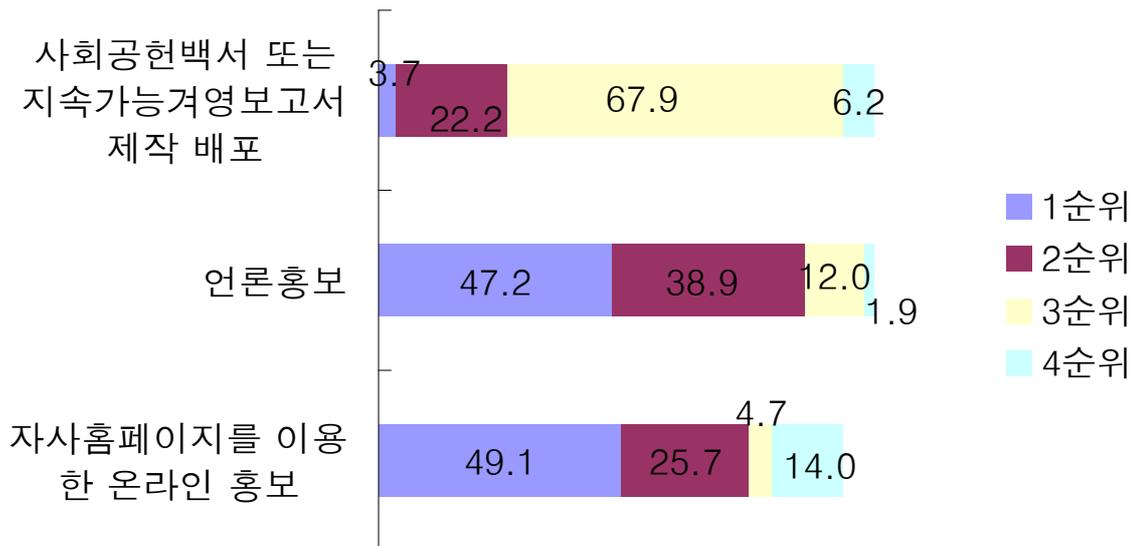
23. 사회공헌활동의 홍보방법

문) 귀사는 현재 사회공헌활동의 사내외 홍보 시 다음 중 어느 방식을 가장 많이 활용하십니까? 활용하는 정도에 따라 순위를 표시하여 주십시오.

- ◎ 의 사내외 홍보 시 가장 많이 활용하는 방법에 대해 설문한 결과, 1순위로 가장 많이 선호되는 방법은 '자사 홈페이지를 이용한 온라인 홍보'(49.1%)였으며, 그 다음으로 '언론홍보'(47.2%)로 나타남. 2순위로 가장 많이 선호되는 방법은 '언론홍보'로 38.9%를 나타냈으며, 그 다음으로 '자사홈페이지를 이용한 온라인 홍보'가 25.7%로 나타났다. 따라서 '언론홍보' 및 '자사홈페이지를 이용한 온라인 홍보'가 선호 되는 것으로 볼 수 있음.

<사회공헌활동 홍보 방법>

(N=108, 단위: %)



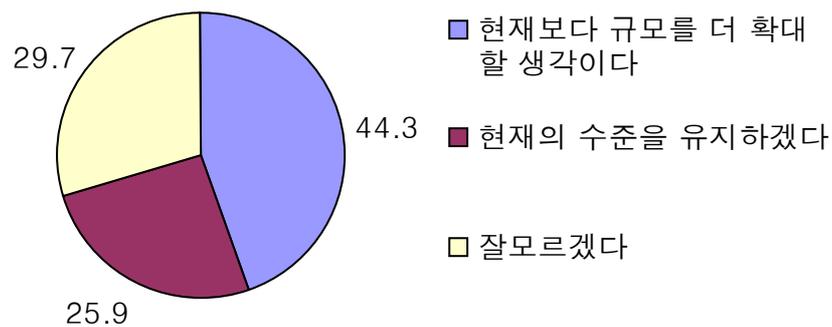
24. 향후 사회공헌 활동의 계획

문) 귀사는 향후 사회공헌활동의 규모를 확대할 계획이 있습니까?

- ◎ 향후 사회공헌 활동의 규모를 확대할 계획이 있는지를 설문한 결과, '현재보다 규모를 더 확대할 생각이다'가 44.3%로 '현재의 수준을 유지하겠다'(25.8%)라는 응답보다 더 높게 나타났음.

<향후 사회공헌 활동 계획>

(N=158, 단위: %)



◎ 응답자 분석표

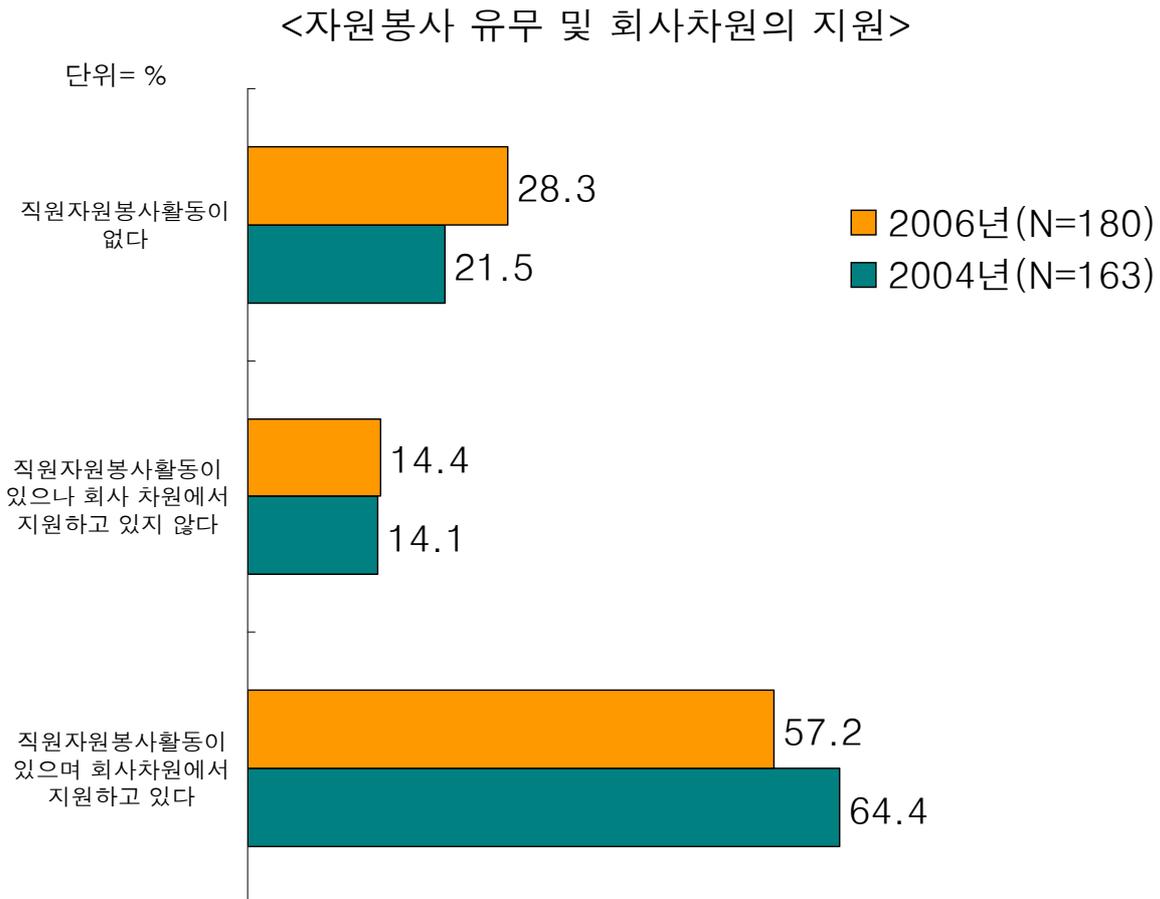
		현재보다 규모를 더 확대할 생각이다	현재의 수준을 유지하겠다	잘 모르겠다
2006년 전체 (n=158)		44.3	25.9	29.7
기업별	상장기업 (n = 120)	37.5	29.2	33.3
	중소기업 (n = 11)	54.5	9.1	36.4
	비상장기업 (n = 27)	70.4	18.5	11.1

I-E. 직원 자원봉사활동 관련

25. 자원봉사 유무 및 회사차원의 지원

문) 귀사는 직원들의 자원봉사활동을 통한 사회공헌활동을 하고 있습니까?
있다면 회사차원의 지원을 하고 있습니까?

- 직원들의 자원봉사활동을 통한 사회공헌활동을 하고 있는지의 여부와 있다면, 회사차원의 지원을 하고 있는지를 설문한 결과, '직원봉사활동이 있으며 회사차원에서 지원하고 있다'는 응답이 57.2%로 압도적으로 높았으며, 그 뒤로 '직원자원봉사활동이 없다'(28.3%), '직원자원봉사활동이 있으나 회사차원에서 지원하고 있지 않다'(14.4%)의 순이었다.



◎ 응답자 분석표

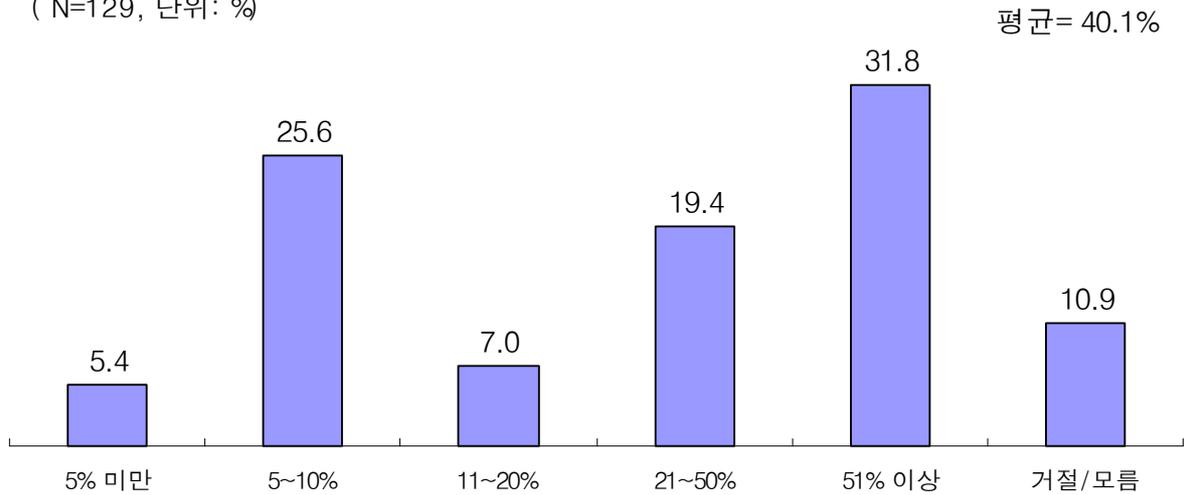
		직원자원봉사 활동이 있으며 회사차원에서 지원하고 있다	직원자원봉사활동이 있으나 회사차원에서 지원하고 있지 않다	직원 자원봉사활동이 없다
2006년 전체 (n=180)		57.2	14.4	28.3
기업별	상 장 기 업 (n = 1 6 8)	53.2	15.8	30.9
	중 소 기 업 (n = 5 9)	42.9	7.1	50.0
	비상장기업 (n = 3 0)	85.2	11.1	3.7
2004년 전체 (n=163)		64.4	14.1	21.5
기업별	상 장 기 업 (n = 1 2 2)	60.7	13.9	25.4
	100대비상 장 기 업 (n = 3 2)	90.6	9.4	-
	기 타 (n = 9)	22.2	33.3	44.4

26. 직원의 자원봉사 활동 참여율

문) 귀사의 직원자원봉사활동 참여율은 얼마나 됩니까? (1회 이상 참여인원수/전체직원수 *100)

<직원의 자원봉사 참여율>

(N=129, 단위: %)



◎ 직원자원봉사활동 참여율이 얼마나 되는지를 조사한 결과, '51% 이상'이 31.8%로 나타났으며, 평균 40.1%의 참여율을 나타내고 있음.

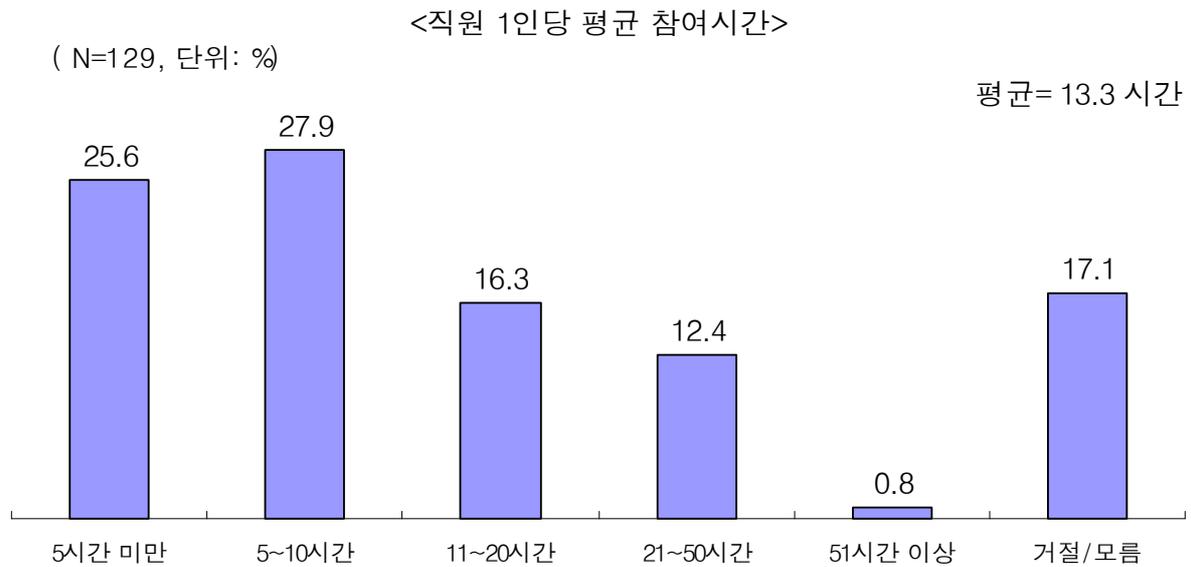
◎ 응답자 분석표

		5% 미만	5~10%	11~20%	21~50%	51% 이상	거절/모름
2006년 전체 (n=129)		5.4	25.6	7.0	19.4	31.8	10.9
기업별	상장기업 (n=129)	6.3	29.2	8.3	12.5	33.3	10.4
	중소기업 (n=96)	-	14.3	-	28.6	57.1	-
	비상장기업 (n=7)	3.8	15.4	3.8	42.3	19.2	15.4

27. 직원 1인당 평균 참여시간

문) 자원봉사에 참여하는 직원 1인당 연간 평균 참여시간은 얼마나 됩니까?

- ◎ 자원봉사에 참여하는 직원 1인당 연간 평균 참여시간은 얼마나 되는지를 조사한 결과, '5~10시간'이 27.9%로 가장 높았으며, '5시간 미만'이 25.6%로 2위를 차지하였고, 평균 13.3시간 자원봉사에 참여 하는 것으로 나타남.



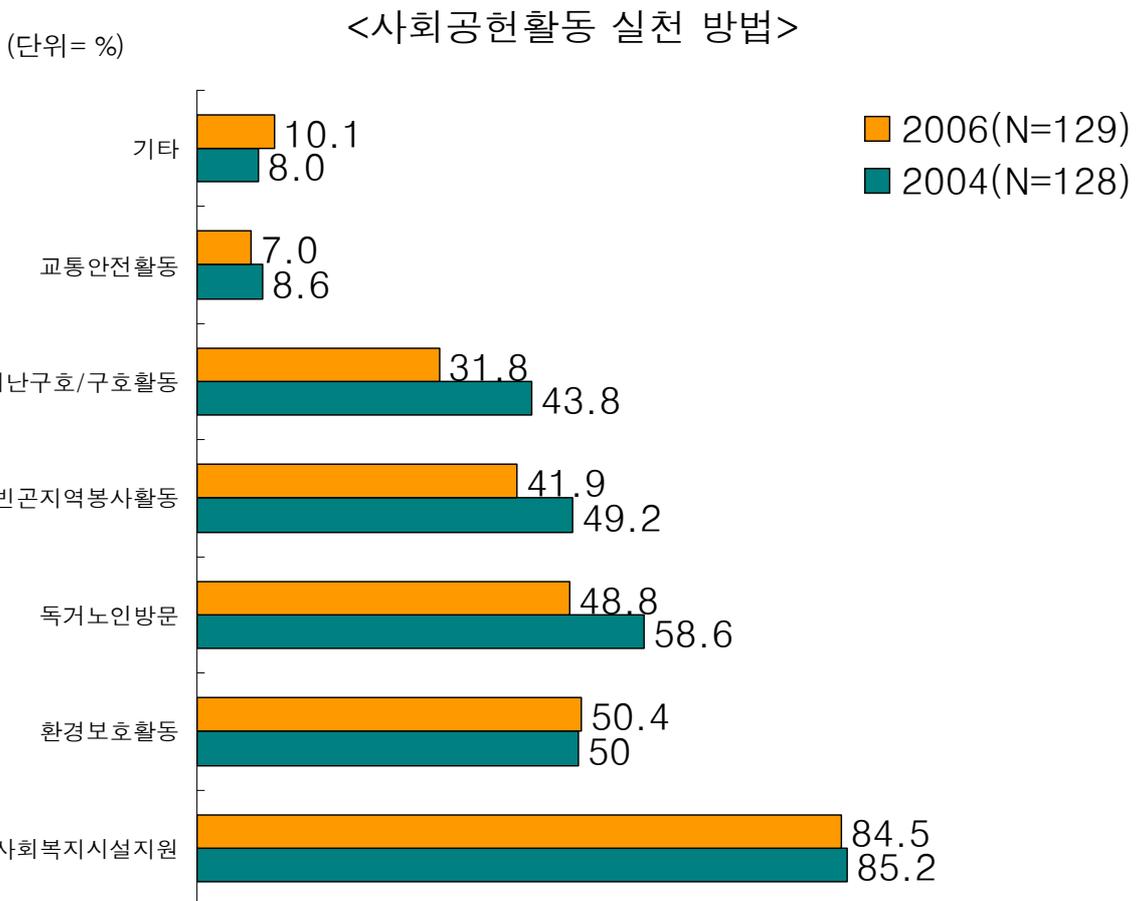
◎ 응답자 분석표

		5시간 미만	5~10시간	11~20시간	21~50시간	51시간 이상	거절/모름
2006년 전체 (n=129)		25.6	27.9	16.3	12.4	0.8	17.1
기업별	상장기업 (n=129)	25.0	22.9	18.8	14.6	1.0	17.7
	중소기업 (n=96)	28.6	28.6	14.3	14.3	-	14.3
	비상장기업 (n=7)	26.9	46.2	7.7	3.8	-	15.4

28. 자원봉사 활동의 유형

문) 귀사는 다음 중 어떤 자원봉사활동을 실시하고 있습니까? 해당되는 것을 모두 골라 주십시오.

- ◎ 어떤 자원봉사활동을 하고 있는지를 설문한 결과, '사회복지시설 지원'이 84.5%로 가장 높았으며, 그 뒤로 '환경보호활동'(50.4%), '독거노인방문'(48.8%), '빈곤지역봉사활동'(41.9%) 등의 순이었음.



◎ 응답자 분석표

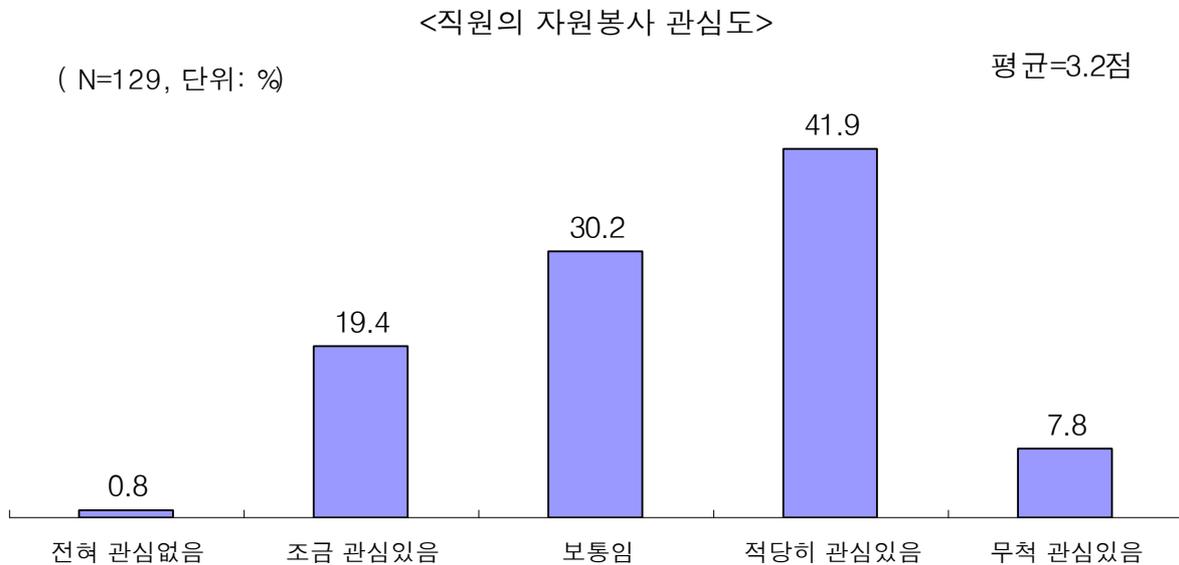
		사회복지시설 지원	환경보호 활동	독거노인방문	빈곤지역 봉사활동
2006년 전체 (n=129)		84.5	50.4	48.8	41.9
기업별	상장기업 (n=168)	85.4	47.9	46.9	38.5
	중소기업 (n=59)	57.1	28.6	42.9	-
	비상장기업 (n=30)	88.5	65.4	57.7	65.4
2004년 전체 (n=128)		85.2	50.0	58.6	49.2
기업별	상장기업 (n=91)	84.6	44.0	58.2	44.0
	100대비상장기업 (n=32)	90.6	71.9	65.6	68.8
	기타 (n=5)	60.0	20.0	20.0	20.0

29. 직원의 자원봉사 관심도

문) 귀사 직원들의 자원봉사 프로그램 참여 관심도는 어떠합니까?

◎ 직원들의 자원봉사 프로그램 참여 관심도는 어떤지 조사한 결과, '적당히 관심 있음'이 41.9%로 가장 높게 나타났으며 '보통임'(30.2%), '조금 관심 있음'(19.4%), '무척 관심 있음'(7.8%), '전혀 관심 없음'(0.8%) 등의 순이었으며, 평균은 3.4점으로 나타남.

☞ [참고] 이 문항에서의 평균은 '전혀 관심 없음'은 1점, '조금 관심 있음'은 2점, '보통임'은 3점, '적당히 관심 있음'은 4점, '무척 관심 있음'은 5점으로 환산하여 나온 값임.



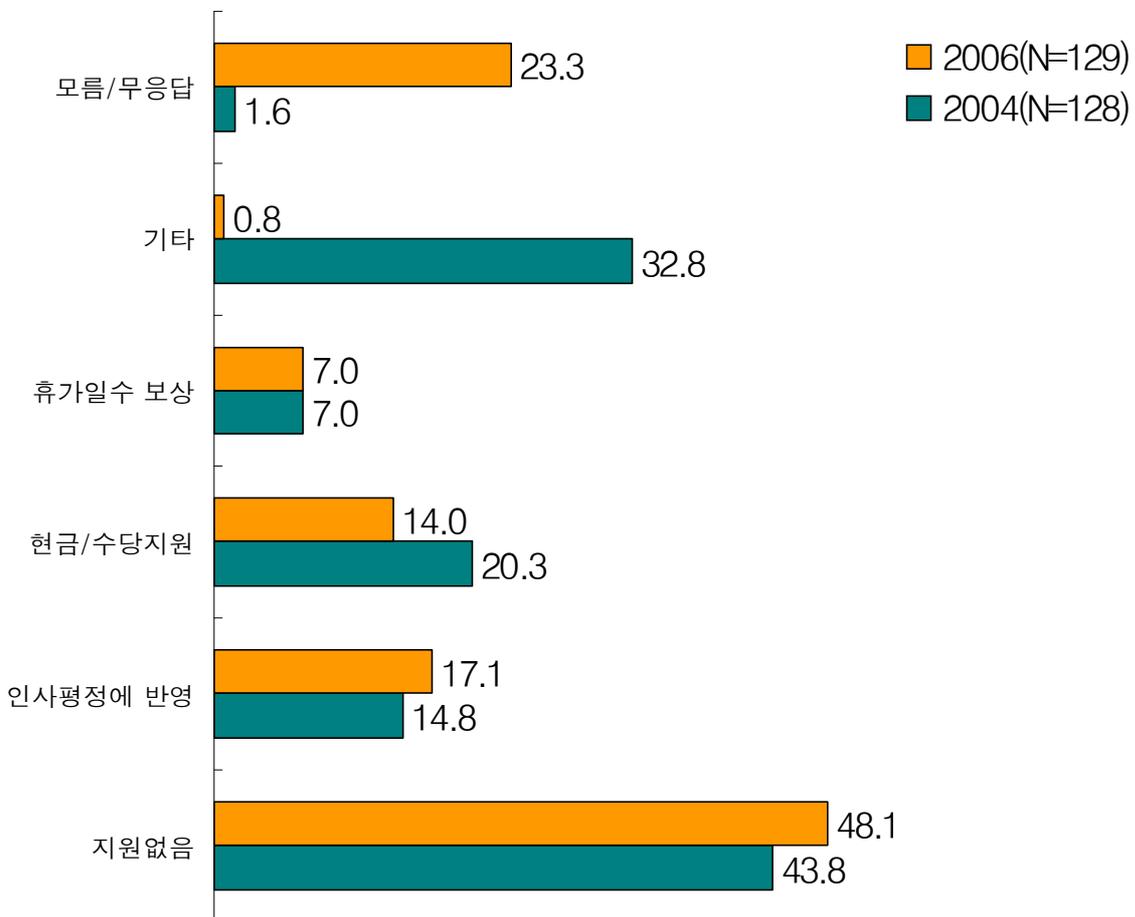
30. 회사차원의 자원봉사 직원 지원 수단

문) 귀사는 자원봉사활동에 참여하는 직원들에게 어떤 지원을 하고 있습니까? 해당되는 것을 모두 골라주십시오

◎ 자원봉사활동에 참여하는 직원들에게 어떠한 지원을 하고 있는지를 조사한 결과, '지원없음'이 48.1%로 가장 높았으며, '인사평정에 반영'(17.1%), '현금/수당지원'(14.0%), '휴가일수 보상'(7.0%) 등의 순이었음.

☞ [참고] 2004년 자료의 경우 다양한 응답이 나와 기타의 비율이 높음. ex) 근무시간 인정, 편의제공, 숙식제공, 포상, 차량 제공 등.

(단위=%) <회사차원의 자원봉사 직원 지원 수단>



◎ 응답자 분석표

		지원없음	인사평정에 반영	현금/수당지원	휴가일수 보상
2006년 전체 (n=129)		48.1	17.1	14.0	7.0
기업별	상장기업 (n = 96)	52.1	17.7	13.5	2.1
	중소기업 (n = 7)	71.4	-	-	-
	비상장기업 (n = 26)	26.9	19.2	19.2	26.9
2004년 전체 (n=128)		43.8	14.8	20.3	7.0
기업별	상장기업 (n = 91)	42.9	18.7	20.9	4.4
	100대비상장기업 (n = 32)	43.8	3.1	21.9	12.5
	기타 (n = 5)	60.0	20.0	-	20.0

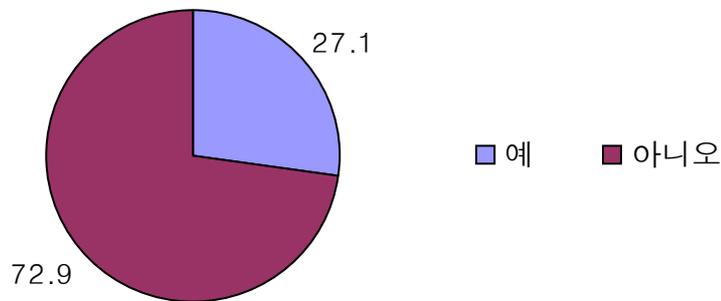
31. 자원봉사 활동과 관련한 교육 유무

문) 귀사는 직원들에게 사회공헌활동 또는 자원봉사활동과 관련한 교육을 실시하고 있습니까?

- ◎ 직원들에게 사회공헌활동 또는 자원봉사활동과 관련한 교육을 실시하고 있는지를 설문한 결과, '아니오'라는 응답이 72.9%로 '예'(27.1%)라는 응답에 비하여 압도적으로 높게 나타났다.

<자원봉사활동과 관련한 교육 유무>

(N=129, 단위: %)



◎ 응답자 분석표

		예	아니오
2006년 전체 (n=129)		27.1	72.9
기업별	상 장 기 업 (n = 9 6)	25.0	75.0
	중 소 기 업 (n = 7)	42.9	57.1
	비 상 장 기 업 (n = 2 6)	30.8	69.2

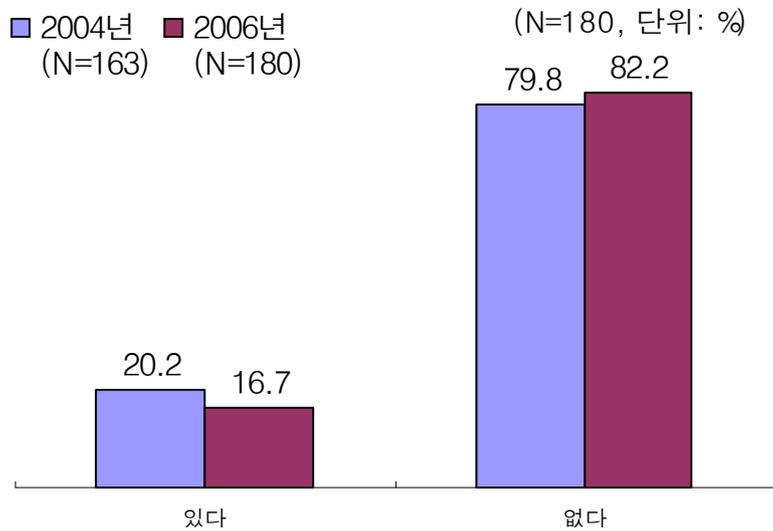
I-F. 공익연계마케팅 (Cause-Related Marketing) 관련

32. 공익연계마케팅 유무

문) 귀사는 공익연계마케팅 전략을 추진한 경험이 있습니까?

- ◎ 공익연계마케팅 전략을 추진한 경험이 있는지를 설문한 결과, '없다'는 응답이 82.2%로 압도적으로 높았으며, '있다'는 응답은 16.7%에 그쳤으며 2004년도 자료와 비교해도 3.5%p 하락하였음.

<공익연계마케팅 경험 유무>



◎ 응답자 분석표

		예	아니오
2006년 전체 (n=129)		16.7	82.2
기업별	상 장 기 업 (n = 9 6)	13.7	85.6
	중 소 기 업 (n = 7)	28.6	71.4
	비 상 장 기 업 (n = 2 6)	25.9	70.4
2004년 전체 (n=163)		20.2	79.8
기업별	상 장 기 업 (n = 1 2 2)	17.2	82.8
	100대비상장기업 (n = 3 2)	18.8	81.3
	기 타 (n = 9)	66.7	33.3

33. 공익연계마케팅 내용

문) 귀사가 추진하였던 공익연계 마케팅의 내용은 어떤 것이었는지 간단하게 기입하여 주십시오.

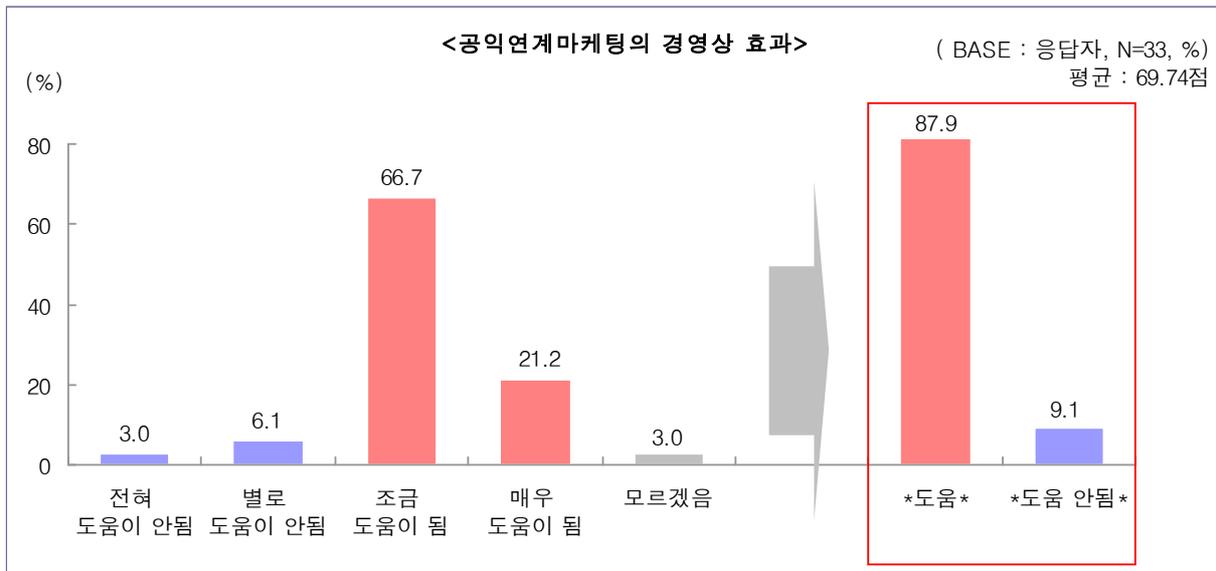
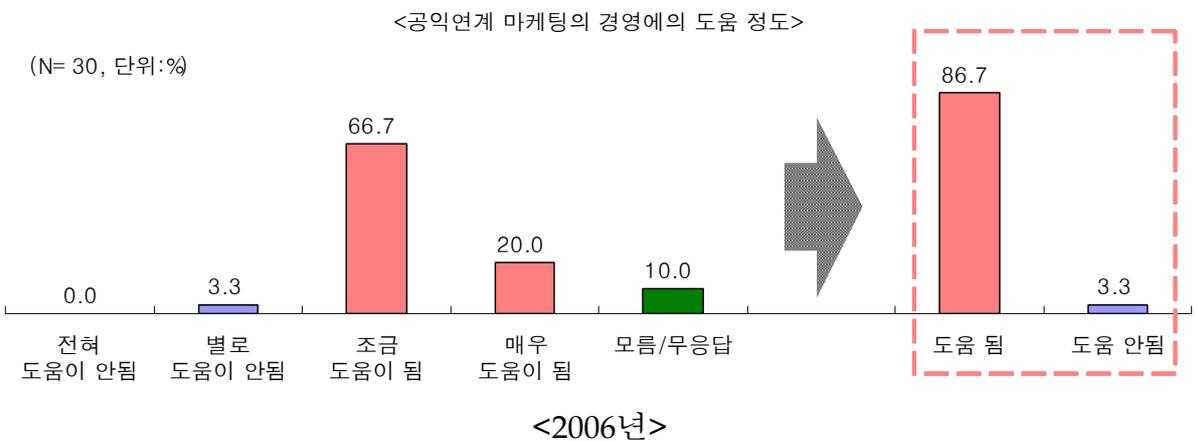
◎ 마케팅 내용은 다음 표와 같음.

	Count	Count Percent
모름	4	13.3%
기획T셔츠 판매금액 전액 복지재단 미아 찾기 TEAM 전달	1	3.3%
오페라 공연	1	3.3%
환경의날 바자회	1	3.3%
김장 김치 담그기	1	3.3%
민문클럽 가입	1	3.3%
E-MART "행복나눔 기쁨2배 대잔치" 당사 제품 매출액의 1%를 강	1	3.3%
제품 판매수익의 일부분을 사회복지 공동모금회에 기부	1	3.3%
매출대비 기부금출연	1	3.3%
영수증을 모아 금액의 일정액을 인근 초등학교에 기부 (축구공,	1	3.3%
특정지역에서 제품 판매 금액의 일부를 해당지역의 불우이웃돕기	1	3.3%
여성장애인들의 복지기금 마련 행사 콘서트	1	3.3%
문화재 지킴이 활동	1	3.3%
아름다운재단과 함께 추진한 기부보험 (아름다운 보험)	1	3.3%
사망보험금 공익단체 기부 및 회사 수익금 기부	1	3.3%
아나회의 바자회	1	3.3%
일일찾집	1	3.3%
문화, 예술 활동 지원 (음악회, 연주회, 작가지원 등)	1	3.3%
수익금 일부 소외계층 지원 (ex. 건강한 대한민국 만들기)	1	3.3%
1사 1촌 결연	1	3.3%
제품 매출액의 0.1%를 사회공헌 기금으로 조성	1	3.3%
환경과 이웃사랑, 아토피 지원등 공익활동비로 사용	1	3.3%
방송사의 공익캠페인	1	3.3%
희망TV 24시간 (장애인, 난치질환 아동 등 돕기 모금방송)	1	3.3%
기아체험 24시간 (북한 기아아동 돕기 캠페인 모금 방송)	1	3.3%
복지단체에 타이어 기증	1	3.3%
아름다운 가게와 연계	1	3.3%
지방 아파트 분양시 지자체 기부금 통한 불우이웃 돕기	1	3.3%
노후주택 개량	1	3.3%
마이홈러브카드 (고객 이용금액의 0.1% ~ 0.2%를 지역사회 발전	1	3.3%
환경이벤트 <자연사랑 파란마음 글 그림 축제>를 전주지역에서 1	1	3.3%
현행행사	1	3.3%
1사1촌 농산물 기내식으로 제공	1	3.3%
해피스 문화축제	1	3.3%
계	30	100.0%

34. 공익연계마케팅의 경영상 효과

문) 매출 증대나 이미지 개선 효과 등을 종합해 볼 때, 공익연계마케팅은 귀사의 경영에 도움이 되었습니까?

- 공익연계마케팅이 매출 증대나 이미지 개선 효과 등을 종합해 볼 때, 경영에 도움이 되었는지를 설문한 결과, '도움됨'(매우: 20.0% + 조금: 66.7%)이라는 응답이 86.7%로 '도움안됨'(전혀:0% + 별로: 3.3%)에 비해 압도적으로 높게 나타났음.



◎ 응답자 분석표

		전혀 도움이 안됨	별로 도움이 안됨	조금 도움이 됨	매우 도움이 됨
2006년 전체 (n=30)		-	3.3	66.7	20.0
기 업 별	상 장 기 업 (n = 1 9)	-	-	84.2	10.5
	중 소 기 업 (n = 4)	-	-	25.0	50.0
	비 상 장 기 업 (n = 7)	-	14.3	42.9	28.6
2004년 전체 (n=33)		3.0	6.1	66.7	21.2
기 업 별	상 장 기 업 (n = 2 1)	-	4.8	66.7	23.8
	100대비상장기업 (n = 6)	16.7	-	66.7	16.7
	기 타 (n = 6)	-	16.7	66.7	16.7

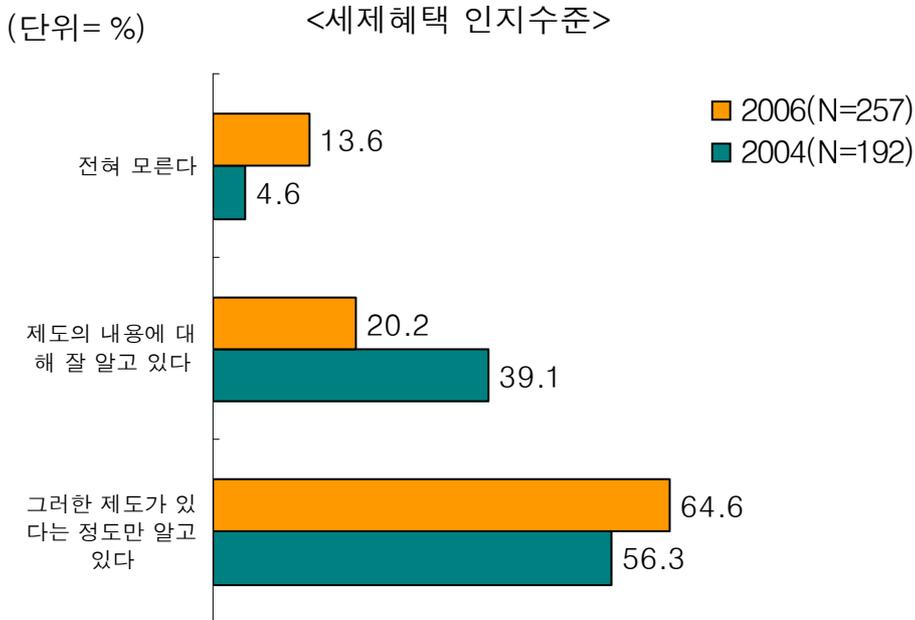
		도움됨	도움 안됨	모름/무응답
2006년 전체 (n=30)		86.7	3.3	10.0
기 업 별	상 장 기 업 (n = 1 9)	94.7	-	5.3
	중 소 기 업 (n = 4)	75.0	-	25.0
	비 상 장 기 업 (n = 7)	71.5	14.3	14.3
2004년 전체 (n=33)		87.9	9.1	3.0
기 업 별	상 장 기 업 (n = 2 1)	90.5	4.8	4.8
	100대비상장기업 (n = 6)	83.3	16.7	-
	기 타 (n = 6)	83.3	16.7	-

II. 기업 사회공헌활동에 대한 정책에 관한 인식

35. 세제혜택 인지수준

문) 현재 우리나라에서는 기업의 사회공헌 활동에 대하여 일정 정도의 세제혜택을 주고 있습니다. 귀하는 이러한 제도에 대해 잘 알고 계십니까?

- ◎ 현재 우리나라에서 기업의 사회공헌 활동에 대해 일정 정도의 세제혜택을 주고 있는데, 이 사실을 인지하고 있는지의 여부를 조사한 결과, '그러한 제도가 있다는 정도만 알고 있다'가 64.6%로 압도적으로 높았으며, '제도의 내용에 대해 잘 알고 있다'가 39.1%, '전혀 모른다'가 13.6%로 나타남.



- ◎ 2004년 자료와 비교하여 '그러한 제도가 있다는 정도만 알고 있다'는 8.3%p 상승한 반면, '제도의 내용에 대해 잘 알고 있다'는 응답은 18.9%p 하락하였다.

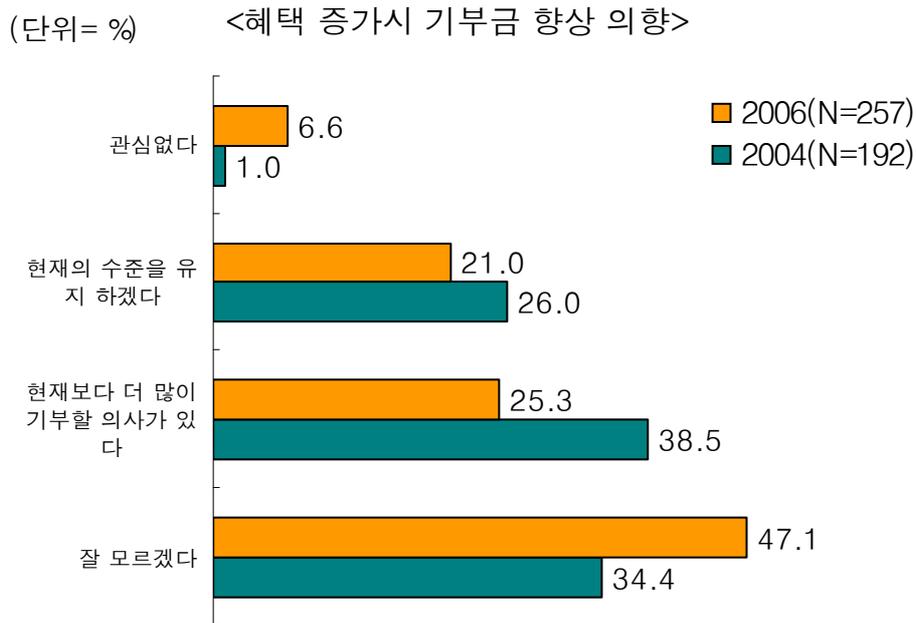
◎ 응답자 분석표

		그러한 제도가 있다는 정도만 알고 있다	제도의 내용에 대해 잘 알고 있다	전혀 모른다
2006년 전체 (n=257)		64.6	20.2	13.6
기업별	상 장 기 업 (n = 1 6 8)	65.5	22.0	10.1
	중 소 기 업 (n = 5 9)	62.7	13.6	23.7
	비 상 장 기 업 (n = 3 0)	63.3	23.3	13.3
사회공헌 참여 경험 별	참 여 (n = 1 9 5)	66.7	23.6	7.7
	비 참 여 (n = 6 2)	58.1	9.7	32.3
2004년 전체 (n=192)		39.1	56.3	4.7
기업별	상 장 기 업 (n = 1 5 1)	37.7	57.0	5.3
	100대비상장기업 (n = 3 2)	40.6	56.3	3.1
	기 타 (n = 9)	55.6	44.4	-
사회공헌 참여 경험 별	참 여 (n = 1 7 3)	57.2	41.0	1.7
	비 참 여 (n = 1 9)	47.4	21.1	31.6

36. 혜택증가시 기부금 향상 의향

문) 기업의 사회공헌활동에 대한 정부의 세제혜택이 증가하는 경우, 귀사는 향후 기부금의 규모를 늘릴 생각이 있습니까?

- ◎ 기업의 사회공헌활동에 대한 정부의 세제혜택이 증가하는 경우, 향후 기부금의 규모를 늘릴 생각이 있는지를 설문한 결과, '현재보다 더 많이 기부할 의사가 있다'가



- ◎ 2004년 자료와 비교하여 보면, '현재보다 더 많이 기부할 의사가 있다', '현재의 수준을 유지하겠다'는 응답 둘 다 각각 13.2%p, 5.0%p 하락하였다.

◎ 응답자 분석표

		잘 모르겠다	현대보다 더 많이 기부할 의사가 있다	현재의 수준을 유지 하겠다
2006년 전체 (n=257)		47.1	25.3	21.0
기업별	상 장 기 업 (n = 1 6 8)	47.6	22.6	26.8
	중 소 기 업 (n = 5 9)	52.5	22.0	6.8
	비상장기업 (n = 3 0)	33.3	46.7	16.7
사회공헌 참여 경험 별	참 여 (n = 1 9 5)	43.1	29.7	24.6
	비 참 여 (n = 6 2)	59.7	11.3	9.7
2004년 전체 (n=192)		34.4	38.5	26.0
기업별	상 장 기 업 (n = 1 5 1)	35.8	37.7	25.2
	100대비상장 기 업 (n = 3 2)	31.3	46.9	21.9
	기 타 (n = 9)	22.2	22.2	55.6
사회공헌 참여 경험 별	참 여 (n = 1 7 3)	32.4	41.0	26.0
	비 참 여 (n = 1 9)	52.6	15.8	26.3

ID 1				ID 2			
------	--	--	--	------	--	--	--

기업 사회공헌 실태조사를 위한 설문지

안녕하십니까?

바쁘신데 시간을 내어 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

우리나라 기업들은 그동안 어려운 경제 상황과 치열한 경쟁 속에서도 생산과 고용 창출이라는 기업의 기본적인 책임을 다함과 동시에 끊임없이 기업 조직을 혁신하고자 노력해 왔습니다. 한편, 기업의 이러한 본질을 이해하면서도 기업이 소외된 사회 계층에 대한 관심과 지원을 확대해 줄 것을 기대하는 사회적 요구가 존재하는 것이 현실입니다.

본 연구는 국내 기업의 사회공헌 활동 실태를 조사함으로써, 한국 사회의 기업 사회 공헌 활동의 흐름을 파악하고, 기업시민의 바람직한 역할 모델을 제시하고자 합니다. 본 연구는 비영리 공익법인 아름다운재단이 격년으로 실시하는 기업 사회공헌 활동 조사로써, 연구 결과는 올해 11월에 있을 기빙코리아 2007 국제기부문화심포지엄을 통해 발표될 것입니다.

귀하의 응답은 기업의 사회공헌 활동을 활성화하는데 소중한 자료로 쓰일 것입니다. 응답 내용은 통계법 제 13조(비밀의 보호 등)에 의거 비밀이 보장되며, 통계목적 이외에는 사용되지 않습니다. 귀하의 진솔한 답변을 토대로 연구에 최선을 다하겠습니다.

2007년 7월

아름다운재단 이사장 박상중
아름다운재단 기부문화연구소 소장 예종석
(한양대학교 경영학부 교수)

기업 사회공헌 실태조사 공동연구팀

- 한동우 (강남대학교 사회복지전문대학원 교수, 아름다운재단 기부문화연구소 연구위원)
- 전상경 (한양대학교 경영학부 교수, 아름다운재단 기부문화연구소 연구위원)

응답자 정보

기업명 가) ※ 귀하의 회사명을 적어주시기 바랍니다

설문지 회수처 및 데이터분석기관 (주)리서치앤리서치
사회공헌조사 실사담당 김명희 대리(02-3484-3045)
팩스:(02)547-0796, 0792 / 이메일: myhkimi@randr.co.kr
137-706 서울 서초구 잠원동 46-3

Research & Research
Marketing Research
Politico-Social Poll and Consulting
ISO 9001 Certified Company
Exclusive Licensees of ZMET

I. 사회공헌실태 관련

사회공헌활동이라 함은 기업의 일상적 업무와 관련이 없는 것으로서 사회공익적인 활동을 기업이 직접 실시하거나, 이러한 사업을 실시하는 개인 및 단체에 대해 현금이나 현물 혹은 전문적 서비스 및 자원봉사활동 등 어떠한 형태로든 지원하는 활동을 의미합니다.

※ 단, 본 조사에서는 다음과 같은 활동은 사회공헌활동에서 제외합니다.

1. 자사의 근로자 및 그 가족을 대상으로 하는 사업
2. 자사의 업무를 위한 교육 또는 연구 개발 사업
3. 자사의 소비자들에 대한 애프터서비스 등 통상적 소비자 관계에 관련된 사업

I—A. 사회공헌 전담조직 및 인력에 관한 사항

2.

3. ※ 우선 귀사의 사회공헌활동에 대한 일반적인 현황을 알아보려고 합니다. 보기 중에서 골라 해당번호를 ()안에 기입해 주시면 됩니다(이하 표기요령은 동일합니다).

4.

5. 1. 귀사는 사회공헌활동에 참여한 경험이 있습니까? ----- ()
 ① 예 ② 아니오(☞박스 안 문항 1-1과 1-2로 가십시오)

1-1. 귀사가 사회공헌활동에 참여하지 않는 이유는 무엇입니까? 두 가지만 골라 주십시오.----- (,)

- ① 경제적으로 여유가 없어서 ② 필요를 느끼지 못해서 ③ 경영진이 반대해서
 ④ 어떻게 참여해야 할지 몰라서 ⑤ 기타 _____

1-2. 귀사는 향후 사회공헌활동에 참여할 의향이 있습니까?----- ()

(☞응답후 34번 문항으로 가십시오)

- ① 반드시 참여하겠다 ② 여건이 허락하면 참여하겠다 ③ 참여할 의향이 없다
 ④ 모르겠다 ⑤ 관심없다

※ 다음 2번에서 4번까지의 문항은 2번에서 선택한 보기에 연결되는 문항에 대해서만 답을 해주시기 바랍니다.

(예를 들어 2번문항에서 보기②를 선택한 경우 문항 2-4로 이동)

문항	설문	보기											
2.	귀사는 사회공헌활동을 위해 별도의 전담 조직이나 인력을 배치하고 있습니까? 단, 기업이 출연하여 설립한 기업재단의 조직이나 임직원은 포함하지 않습니다.	① 전담 조직과 인력을 배치하고 있다	② 전담인력만 배치하고 있다	③ 전담인력은 없지만 그 업무를 담당하는 직원은 있다	④ 전담조직이나 인력이 없다								
2-1.	귀사의 사회공헌활동 전담조직의 명칭은 무엇입니까?(예:사회공헌팀)	_____											
2-2.	귀사의 사회공헌활동 전담조직은 조직도 상에서 어느 부서에 소속되어 있습니까?(예: 홍보실 소속)	_____											
2-3.	귀사의 사회공헌활동 전담조직의 인력구성은 어떻게 됩니까?	<table border="1"> <tr> <td>직급</td> <td>인원(명)</td> </tr> <tr> <td>이사급</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>과·차·부장급</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>사원·대리급</td> <td>_____</td> </tr> </table>	직급	인원(명)	이사급	_____	과·차·부장급	_____	사원·대리급	_____			
직급	인원(명)												
이사급	_____												
과·차·부장급	_____												
사원·대리급	_____												
2-4.	귀사의 사회공헌 전담 직원은 모두 몇 명입니까?		정규직 _____명 계약직 _____명										
2-5.	귀사에서 실제로 사회공헌 업무를 담당하는 직원은 모두 몇 명입니까?			_____명									
2-6.	귀사에서 사회공헌을 담당하는 직원은 어느 부서에 배치되어 있습니까?			_____명									
2-7.	귀사는 앞으로 사회공헌 전담인력이나 조직을 배치할 계획이 있습니까?				① 설치할 계획이 있다 ② 설치할 계획이 없다								
3.	귀사가 사회공헌 전담인력을 처음 배치한 것은 몇 년도입니까?	_____년도	_____년도	_____년도									
4.	귀사의 사회공헌 담당인력 중 사회복지학 전공자나 시민사회단체 경력자는 몇 명이나 됩니까?	_____명	_____명	_____명									

5. 귀사는 사회공헌활동과 관련하여 외부의 자문을 받고 있습니까?

- ① 자문위원회를 통해 정기적으로 받는다
- ② 자문위원회는 없지만 외부 전문가의 자문을 받고 있다
- ③ 자문을 받지 않고 있다

I—B. 2006년도 사회공헌 실적에 관한 사항

6. 귀사는 작년도 (2006년)에 사회공헌활동을 실시하였습니까?------()

- ① 예
- ② 아니오 (☞ 응답후 34번 문항으로 가십시오)

7. 귀사의 작년도 기부금 총액(단위:만원)은 얼마입니까? (☞ 최대한 정확하고 상세하게 알려주시면 감사하겠습니다)

기부주체: 기업기부금 _____ 만원, 임직원 기부금 _____ 만원
 기부형태: 현금기부금 _____ 만원, 현물기부금 _____ 만원

8. 귀사의 작년도 기부금 중 다음 항목의 비율은 대체로 어느 정도입니까?(이 문항의 보기와 관련하여 설문 하단의 기부금 분류표를 참고하시기 바랍니다.) (☞ 최대한 정확하고 상세하게 알려주시면 감사하겠습니다)

1.	법정 기부금(기부금전액 손금산입)	%
2.	특례 기부금(기부금을 소득금액의 50% 이내에서 손금산입)	%
3.	지정 기부금(기부금을 소득금액의 5%에서 손금산입)	%
4.	기타 기부금(손금산입하지 않는 기부금)	%
총합		각 항목 비율의 총합이 100%

[기부금 분류표]

기부금 종류	항 목	기부금 종류	항 목	
법정기부금	국가 또는 지방자치단체에 무상으로 기증하는 기부금품	지정기부금 (공익성 기부금)	「사회복지사업법」에 의한 사회복지법인	
	국방헌금과 위문금품		「유아교육법」에 따른 유치원, 「초·중등교육법」 및 「고등교육법」에 의한 학교, 「기능대학법」에 의한 기능대학 또는 「평생교육법」에 의한 원격대학	
	천재지변으로 인한 이재민 구호금품		정부로부터 허가 또는 인가를 받은 학술연구단체·장학단체·기술진흥단체	
	사립학교, 비영리교육재단, 기능대학, 원격대학형태의 평생교육시설, 산학협력단에 시설비, 교육비, 장학금 또는 연구비로 지출하는 기부금		정부로부터 허가 또는 인가를 받은 문화·예술단체(「문화예술진흥법」에 의하여 지정을 받은 전문예술법인 및 전문예술단체를 포함한다) 또는 환경보호운동단체	
특례기부금	문화예술진흥기금 출연금		종교의 보급 기타 교화를 목적으로 설립하여 주무관청에 등록된 단체	「의료법」에 의한 의료법인
	사립학교, 기능대학, 국립대학교병원 및 서울대학교 병원에 시설비·교육비·연구비로 지출하는 기부금			
	사내근로복지 기금에 지출하는 기부금			
	독립기념관에 지출하는 기부금			
	한국생산기술연구원과 전문생산기술 연구소 등에 지출하는 기부금			
	사회복지 공동모금회에 지출하는 기부금			
	정부출연연구기관에 지출하는 기부금			
	한국교육방송공사에 지출하는 기부금			
	국립암센터에 지출하는 기부금			
	각종 경기대회 조직위에 지출하는 기부금			
	기타	기타		
	기타기부금	사적인 기부금		

9. 귀사는 작년도에 다음 중 어떤 활동에 참여하셨습니다? 귀사의 기부금을 대상별로 구분한다면, 다음 항목의 비율은 대체로 어느 정도입니까?	10. 귀사는 다음 중 어떤 방식을 통해 기부를 하십니까? 귀사의 기부금을 기부방식에 따라 구분한다면, 다음 항목의 비율은 대체로 어느 정도입니까?
① 교육/장학: _____%	① 기부대상을 직접 선정하는 등 사업을 직접 기획하여 실시 _____%
② 사회복지: _____%	② 자사가 설립한 기업재단에 출연 _____%
③ 문화진흥: _____%	③ 공익재단(아름다운재단, 여성재단 등)에 기부 _____%
④ 환경보호: _____%	④ 모금후원기관(월드비전, 구세군, 한국복지재단 등)에 기부 _____%
⑤ 스포츠지원: _____%	⑤ 사회복지공동모금회에 기부 _____%
⑥ 학술연구: _____%	⑥ 국가 또는 지방자치단체에 기부 _____%
⑦ 재난구호: _____%	⑦ 문화/예술단체에 기부 _____%
⑧ 보건의료: _____%	
⑨ 시민단체지원: _____%	
⑩ 기타(): _____%	⑧ 기타 _____%
각 항목 비율의 총합이 100%	각 항목 비율의 총합이 100%

(※ 최대한 정확하고 상세하게 알려주시면 감사하겠습니다)

I-C 사회공헌활동 참여 방법 관련

11. 귀사의 사회공헌활동을 위한 재원은 무엇입니까? 해당되는 것을 모두 골라 주시기 바랍니다.
- ① 기업이익 ② CEO나 임원의 기부 ③ 사원의 기부
④ 이벤트수익금 ⑤ 공익연계마케팅(CRM) ⑥ 기타 _____
12. 귀사는 사회공헌활동을 다음의 어떤 방법을 통해 실천하고 있습니까? 해당되는 것을 모두 골라 주시기 바랍니다.
- ① 현금기부 ② 현물기부 ③ 서비스 제공 ④ 주식기부 ⑤ 자원봉사활동 ⑥ 가격할인
13. 귀사가 사회공헌활동에 참여하는 과정에서 특별히 관심을 갖는 계층이나 집단이 있다면, 그들은 누구입니까? 두 가지만 선택해 주십시오.----- (,)
- ① 없다 ② 노인 ③ 장애인 ④ 아동 ⑤ 청소년
⑥ 여성 ⑦ 북한이탈주민 / 북한주민 ⑧ 외국인 노동자 ⑨ 기타 _____
14. 귀사는 공익단체 (사회복지시설, 시민단체, NGO 등 포함)를 지원하다가 중단한 경우가 있습니까? 있다면 그 주된 이유는 무엇이었습니까? 두 가지만 선택해 주십시오.----- (,)
- ① 중단한 적이 없다 ② 사업기간이 끝나서
③ 대상기관의 사업수행능력에 문제가 있어서 ④ 우리 회사의 사업 분야와 관련이 없어서
⑤ 다른 기관을 지원하는 것이 더 효율적이라고 판단되어서
⑥ 경제상황이 어려워져서 ⑦ 경영진의 태도변화로
⑧ 직접 사업을 실시하기 위해서 ⑨ 기타 _____
15. 귀사가 사회공헌활동을 추진하게 된 주된 이유는 무엇인지 두 가지만 선택해 주시기 바랍니다.-- (,)
- ① 기업의 사회적 책임 이행을 위해 ② 기업에 대한 사회적 인식개선을 위해
③ 소외계층을 돕기 위해서 ④ 사회공헌활동을 통해 영업실적 증가를 위해
⑤ 직원들의 내부 단합과 사기고양을 위해 ⑥ CEO의 의지에 따라서
⑦ 기타 _____
16. 다음 중 귀사의 사회공헌활동을 추진하는데 있어 결정적인 요소는 무엇인지 두 가지만 선택해 주시기 바랍니다.-- (,)
- ① CEO의 의지 ② 주주의 결의 ③ 사원들의 합의 ④ 사회적 분위기 ⑤ 세제 혜택 ⑥ 기타 _____
17. 귀사가 사회공헌활동을 추진하는데 있어 장애요인은 무엇인지 두가지만 선택해 주시기 바랍니다. (,)
- ① 인력 및 전문성 부족 ② 사회공헌 업무에 대한 정보 부족 ③ CEO의 관심부족
④ 회사 내 부서간 협조 부족 ⑤ 사회공헌활동 관련 법 제도 및 정부지원 부족 ⑥ 예산부족
⑦ 전담부서 부재 ⑧ 기타 _____

I-D. 사회공헌활동 성과관련

18. 귀사의 사회공헌활동은 다음과 같은 영역에서 얼마나 큰 성과가 있었다고 생각하시는지 해당되는 곳에 표시하여 주시고, 각 항목들 간의 순위를 매겨 주시기 바랍니다.

영역	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	그런 편이다	매우 그렇다	모르겠다	순위
기업의 매출 증가 등 경영성과를 높였다						
기업의 전반적인 이미지 개선에 기여했다						
사원들의 결속력을 높이는 등 조직문화를 개선했다						
사회문제의 해결이나 예방에 기여했다						
국가나 지방자치단체의 정책에 영향을 미쳤다						
기타 _____						

19. 귀사가 실시한 사회공헌활동에 대한 만족도는 어느 정도입니까?

	전혀 만족하지 않음 ←-----▶ 매우 만족				
	①	②	③	④	⑤
경영진의 만족도					
사회공헌 담당자 본인의 개인적 만족도					
사회공헌 담당자 외 직원들의 만족도					

20. 2006년도 귀사의 사회공헌활동중 만족도가 가장 높았던 사업과 그 이유는 무엇인지 간단하게 답해 주시기 바랍니다.

가장 만족스러웠던 사업	이유

21. 귀사를 포함하여 2006년도에 수행된 우리나라 기업의 사회공헌활동 중 가장 바람직하다고 여겨졌던 사업과 그 이유를 간단하게 답해 주시기 바랍니다.

가장 바람직스러웠던 사업	이유

22. 귀사의 사회공헌활동은 귀사의 비전이나 사업 성격과 어느 정도 밀접하게 관련되어 이루어지고 있습니까?

- ① 전혀 관련 없음 ② 조금 관련 있음 ③ 보통임 ④ 적당히 관련 있음 ⑤ 매우 관련 있음

23. 귀사는 현재 사회공헌활동의 사내외 홍보 시 다음 중 어느 방식을 가장 많이 활용하십니까? 활용하는 정도에 따라 순위를 표시하여 주십시오.

- ① 자사 홈페이지를 이용한 온라인 홍보 _____ ② 언론홍보 _____
 ③ 사회공헌백서 또는 지속가능경영보고서 제작 배포 _____ ④ 기타(_____) _____

24. 귀사는 향후 사회공헌활동의 규모를 확대할 계획이 있습니까?----- ()

- ① 현재의 수준을 유지하겠다 ② 현재보다 규모를 더 확대할 계획이다 ③ 잘 모르겠다

I-E. 직원 자원봉사활동 관련

25. 귀사는 사원들의 자원봉사활동을 통한 사회공헌활동을 하고 있습니까?

있다면 회사차원의 지원을 하고 있습니까?----- ()

- ① 직원 자원봉사활동이 있으며, 회사차원에서 지원하고 있다 (☞ 문항 25번으로 거주십시오)
 ② 직원 자원봉사활동이 있으나 회사차원에서 지원하고 있지 않다 (☞ 문항 25번으로 거주하십시오)
 ③ 직원 자원봉사활동이 없다 (☞ 문항 31번으로 거주하십시오)

26. 귀사의 사원자원봉사활동 참여율은 얼마나 됩니까? (1회 이상 참여인원수/전체직원수*100) _____%

27. 자원봉사에 참여하는 직원 1인당 연간 평균 참여시간은 얼마나 됩니까? _____시간

