

ISSN: 2800-051X

HankookResearch

한국리서치 주간리포트(제360-1호)

여론속의 여輿론論

기획: 기부 활동 인식과 향후 기부 활성화를 위한 방안은?

2025. 12. 17.

담당자 이동휘 수석연구원
전화 | 02-3014-0995
e-mail | dongwhi@hrc.co.kr

한국리서치 주간리포트

- 한국리서치가 기획하고 운영하는 자체 조사입니다.
- 격주로 시행하는 정기조사입니다.
- 특정 의제를 다각도로 조사하고 분석하는 심층 여론조사입니다.
여론의 현상과 함께 흐름을 추적하고, 여론 속의 민심을 파악하고자 합니다.
- 정기지표-기획조사 등으로 구성합니다.
- 정기지표는 국가, 사회, 개인과 관련한 국민들의 인식 추이를 제시합니다.
- 기획조사는 한국리서치 연구원이 기획하고 분석합니다. 주제에 따라 외부 전문가와 함께 기획하고 분석 및 보도를 함으로써, 여론에 대한 심층적인 이해를 돕고자 합니다.
- 궁금하신 사항은 아래 에디터들에게 문의하여 주십시오.

운영책임

이동한 수석연구원

전화 | 02-3014-1060
e-mail | dhlee@hrc.co.kr

연구진

이소연 연구원

전화 | 02-3014-1062
e-mail | lee.sy@hrc.co.kr

저작권 정책

- 본 보고서에서 제공하는 모든 콘텐츠(텍스트, 차트 및 그래프)는 저작권법에 의하여 보호받는 저작물로서, 별도의 저작권 표시 또는 다른 출처를 명시한 경우를 제외하고는 원칙적으로 (주)한국리서치에 저작권이 있습니다. 따라서 본 보고서의 콘텐츠를 무단 복제, 배포하는 경우에는 「저작권법」 제136조의 지적재산권침해죄에 해당하여 5년 이하의 징역 또는 5천 만원 이하의 벌금에 처해질 수 있습니다.
- 본 보고서의 콘텐츠는 (주)한국리서치가 상당한 투자나 노력으로 만든 성과물입니다. 출처를 명기하지 않고 이를 무단으로 사용하는 행위는 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」에 위반되므로 위 행위자에 대해 해당 법률에 따른 조치 및 손해배상을 청구할 수 있습니다.
- 본 보고서로 연결되도록 링크하는 것은 허용합니다. 다만, 이 경우에도 출처는 반드시 명기하여야 합니다.
- 보도, 연구, 교육 등 정당한 범위 안에서 공익적 목적을 위해 본 보고서를 인용할 수 있습니다. 그러나 이 경우에도 인용은 저작물의 일부분에 한정되어야 하며, 전체 내용의 10% 이상을 인용하는 경우에는 이를 저작권 침해로 판단할 수 있습니다.
- 본 보고서의 콘텐츠를 영리 목적 없이 개인적으로 이용할 경우에는 복제가 가능합니다.
- 본 보고서의 콘텐츠로 수익을 얻거나 이에 상응하는 혜택을 누리고자 하는 경우에는 (주)한국리서치와 사전에 별도의 협의를 하거나 허락을 얻어야 하며, 협의 또는 허락을 얻어 자료의 내용을 게재하는 경우에도 출처가 (주)한국리서치임을 반드시 명시하여야 합니다.
- 본 보고서의 콘텐츠를 적법한 절차에 따라 다른 인터넷 사이트에 게재하는 경우에도 단순한 오류 정정 이외에 내용의 무단변경을 금지하며, 이를 위반할 때에는 형사 처분을 받을 수 있습니다.

일러두기

- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수응답 문항의 빈도는 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 응답 사례 수가 적은 경우 해석에 유의하여 주십시오.

기부 활동 인식과 향후 기부 활성화를 위한 방안은?

주요 결과

- 우리 사회에서 기부활동은 삶의 곳곳에서 진행되고 있다. 산불, 홍수, 가뭄 등 재난이 발생하면 성금, 물품 지원과 자원봉사 활동이 줄을 잇고, 연말이 되면 길거리에는 종소리와 함께 구세군 냄비가 등장한다. 오프라인 뿐만 아니라 온라인에서도 물품 구매 시 업체에서 일정금액을 기부하거나 각종 포인트 기부 등의 기부 활동이 이루어지며, 2023년도부터는 출생지, 고향과 같이 본인이 선호하는 지역을 선택하여 기부를 하는 고향사랑기부제도 운용 중이다.
- 이렇듯 자주 접하고 있는 기부 활동에 대해 사람들은 어떠한 기부 경험과 생각을 가지고 있으며, 기부의 활성화를 위해서는 무엇이 필요할까? 한국리서치 <여론 속의 여론>팀은 지난 10월 24일 ~ 27일 전국 만 18세 이상 남녀 1,000명을 대상으로 기부 경험과 인식, 그리고 기부 활성화를 위해 필요한 사항에 대한 조사를 진행하였다.
- 응답자의 48%는 최근 2년 내에 기부한 적이 있으며, 최근 2년 동안 기부 경험은 없었으나 생애 전체에서 기부를 한 적이 있는 비율도 39%로 많은 사람들이 기부를 한 경험이 있다.
- 최근 기부 경험자들의 기부 형태는 지정기부단체를 통해(47%), 일정 금액을 후원(82%) 하는 정기기부(41%) 형태로 하는 경우가 가장 많다. 현재 하고 있는 기부를 알게 된 경로는 방송매체, 모임, 종교단체, 인터넷 미디어 등 종류가 다양하지만 기부 목적 자체는 남을 돕고 싶어하는 마음에서 한다(44%)는 응답이 가장 많다.
- 기부를 통해 기부 대상자의 문제 해결에 도움을 준다(동의 67%), 기부가 우리 사회를 보다 더 나은 사회로 만든다(동의 85%)는 의견에 대해 긍정적인 인식이 많으나, 기부는 누구나 해야 하는 사회적, 도덕적 책임이라는 의견에 대해서는 동의 48%, 비동의 52%로 응답자 인식이 엇갈린다.
- 우리 사회는 기부 문화를 더 활성화 할 필요가 있다는 의견에 대해서는 응답자의 83%가 동의한 반면, 현재 우리나라의 기부 참여율에 대해서는 '낮은 편'(67%)이며, 향후 기부 참여율도 '변화가 없거나'(53%), '더 나빠질 것'(24%)이라고 평가하는 부정적 인식이 강하게 나타난다.
- 기부 경험자들의 향후 기부 지속 의향은 82%로, 최근 기부 미참여자의 향후 기부 의향(33%) 대비 높다.
- 향후 기부 활성화를 위해서 필요한 것으로 응답자들은 기부 단체의 예산 투명성 강화(34%), 기부 관련 단체에 대한 신뢰성 강화(22%)를 주로 지적하고 있다.

1 기부 참여자의 경험

최근 2년 내에 기부 경험 '있음' 48%

최근 기부 경험이 없었어도 생애 기부 경험이 '있다' 39%

본 조사에서 기부는 '개인이 자신의 금전, 물품 등을 자발적으로 제공하여 공익 목적을 위해 사용 또는 본인의 노동력을 자원봉사, 재능기부 하는 행위'로 정의하였다. 종교적 헌금과 비자발적 기부 활동은 본 조사의 기부에서 제외하였다.

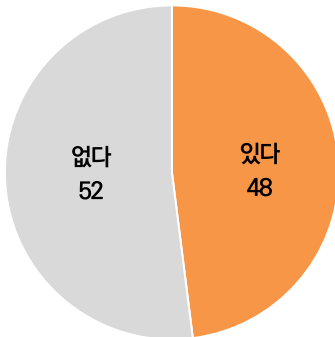
조사시점 기준 최근 2년 내에 기부를 해 본 경험이 있는 사람은 전체의 48%이다. 최근 경험이 없는 응답자 중에서도 39%는 이전에 기부를 한 경험이 있다고 응답하여, 과반수 사람들이 자원봉사를 포함한 정기/일시적 기부 경험이 있는 것으로 확인되었다.

최근 2년 내 기부 경험 '있음' 48%

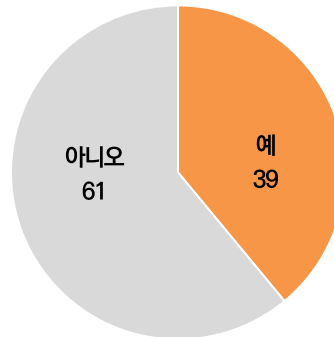
(단위: %)

최근 2년 내에 기부 경험이 없었어도 그 이전, 생애 기부 경험이 있는 사람은 39%

최근 2년 내 기부 경험



(최근 2년 내 기부 미경험자 대상) 생애 기부 경험



질문: 전체 - 귀하께서는 2024년~2025년(최근 2년) 내에 기부를 해 본 경험이 있으십니까?

최근 기부 미경험자 - 귀하께서는 최근 2년 간 기부 경험이 없다고 응답하셨습니다. 그렇다면 2024년 이전에는 기부 경험이 있으셨습니까?

응답자 수: 전체 - 1,000명 / 최근 2년 내 기부 미경험자 - 525명

조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

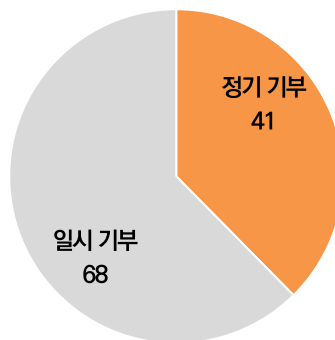
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

최근 기부경험자의 41%는 정기기부 형태로 진행 지정기부단체를 통한(47%), 금액 후원 형태(82%)로 기부를 하는 경우가 다수

기부 경험자들은 주로 어떤 방식으로 기부를 하고 있을까? 최근 2년 내 기부 경험자의 기부 형태를 살펴보면, 41%가 일정 기간 동안 지속적으로 기부하는 정기기부 형태로 기부를 하고 있다. 기부처는 유니세프, 어린이재단 등의 지정기부금단체(47%)를 통하는 경우가 많고, 기부 방식으로는 현금, 신용카드 정기 결제 등 금액 후원 형태(82%)로 주로 기부를 했다.

최근 기부경험자의 41%, '정기기부' 형태로 기부하고 있어

(단위: %)



질문: 귀하께서 하신 기부는 정기 기부입니까? 일시 기부입니까? 경험하신 기부 형태를 모두 선택 해 주십시오.

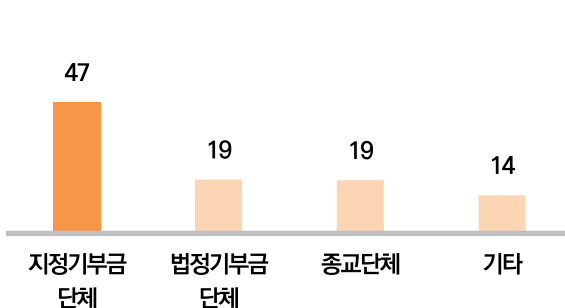
응답자 수: 최근 2년 내 기부 경험이 있는 사람 475명

조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

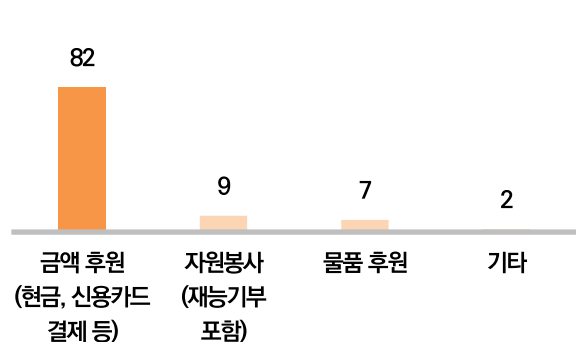
(단위: %)

지정기부단체를 통한(47%), 금액 후원 형태(82%)로 기부를 하는 경우가 다수

(최근 2년 내 기부 경험자 대상) 기부금 단체



(최근 2년 내 기부 경험자 대상) 기부 방식



질문: 기부금 단체 - 귀하께서 하신 가장 주된 기부의 기부금단체는 무엇입니까?

기부 방식 - 귀하께서 기부를 하신 주된 방식은 무엇입니까?

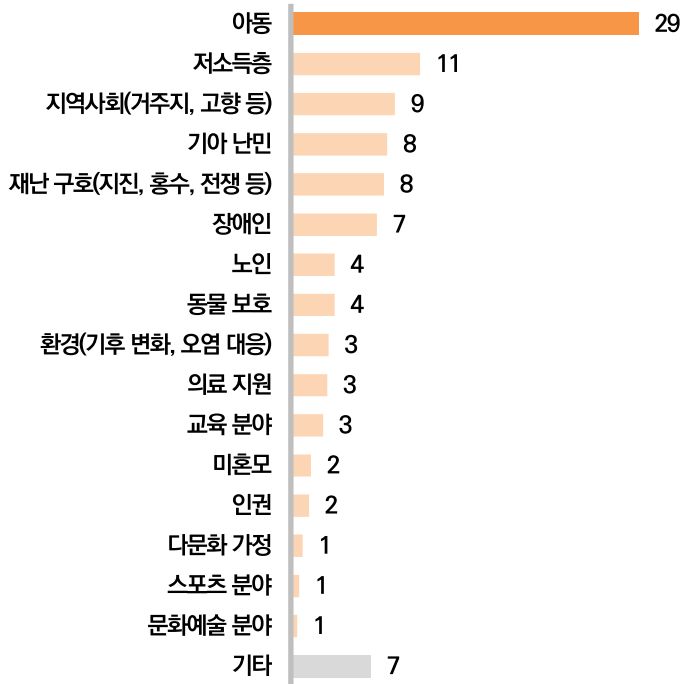
응답자 수: 최근 2년 내 기부 경험이 있는 사람 475명

조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

기부 대상으로는 아동 대상이 29%로 가장 많고 저소득층(11%), 지역사회(9%), 기아 난민(8%), 재난 구호(8%) 등의 순이다. 지역사회 기부 비율이 상위권에 있는 것은 2023년부터 시행된 고향사랑기부제의 영향이 있는 것으로 보인다.

(단위: %)

기부 대상은 아동, 저소득층, 기아 난민, 장애인 등과 지역사회, 재난 구호 분야에 집중



질문: 귀하께서 하고 계신 주된 기부는 어떤 분야입니까? 가장 가까운 분야를 한 가지 선택 해 주십시오.

응답자 수: 최근 2년 내 기부 경험이 있는 사람 475명

조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

기부를 알게 된 경로는 방송매체, 모임, 인터넷미디어 등 다양 기부 사유는 '남을 돕고 싶은 마음에서 한다'(44%)가 가장 많음

현재의 기부활동을 알게 된 경로로는 방송매체를 통한 '기부 관련 뉴스, 홍보'가 21%, '종교단체 및 모임(19%)', '블로그, SNS 등 인터넷 미디어(18%)', '주변 지인(17%)'을 통해 알게 된 경우 등이 엇비슷해 여러 경로를 통해 기부활동을 접하고 있음을 알 수 있다. 연령별로 보면 50대 이상의 경우 방송매체와 종교단체, 모임 등을 통해, 40대 이하의 경우 인터넷 미디어를 통해 알게 된 경우가 상대적으로 많다.

현재 기부 활동을 알게 된 경로는 방송매체, 모임, 미디어 등 특정 경로에 집중되지 않고 경로 다양
연령대에 따라 방송매체, 모임, 인터넷미디어로 인지 경로 차이 나타나

(단위: %)

사례수(명)		TV, 라디오 등 방송매체를 통한 기부 관련 뉴스, 홍보를 통해	종교단체, 모임 등을 통해서	블로그, SNS, 유튜브 등 인터넷 미디어를 통해	가족, 친구 등 주변 지인 통해	기부단체의 오프라인 홍보를 보고	연예인 등 유명인의 기부 소식 듣고	기타	기억이 나지 않음
전체	(475)	21	19	18	17	16	1	1	7
연령									
18~29세	(71)	13	3	33	16	24	3	1	7
30대	(68)	15	8	36	20	12	0	2	7
40대	(81)	19	15	21	15	16	0	1	13
50대	(87)	28	16	10	22	20	2	1	1
60대	(85)	25	32	10	10	16	0	1	6
70세 이상	(84)	23	33	6	19	9	1	0	8

질문: 귀하께서 처음 해당 기부를 알게 된 경로는 무엇입니까?

응답자 수: 최근 2년 내 기부 경험이 있는 사람 475명

조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

이렇듯 기부 활동을 알게 된 경로는 굉장히 다양한 반면에, 기부 이유 자체는 남을 돕고 싶은 마음에서 한다는 응답이 44%로 본인의 가치관 실천(17%), 사회적 책임(12%), 심리적 만족감(12%) 대비 많다. 연령별 특징으로는 60세 이상 고연령층은 가치관 실현 측면의 기부가 타 연령층 대비 많으며, 세제 혜택 등 혜택이 있어서 기부한다는 응답은 30대(14%), 40대(10%)에서 다른 연령대 대비 상대적으로 많다.

(단위: %)

연령에 상관없이 남을 돕고 싶은 마음에서 기부(44%)한다는 비율이 가장 높은 반면
가치관 실천(60대 이상), 세제 혜택(30,40대) 등의 목적은 특정 연령대에서 응답 비율이 상대적으로 높아

사례수(명)		남을 돕고 싶은 마음에서	인권, 환경 보호, 종교적 신념 등 본인의 가치관 실천 위해	사회적 책임을 다하기 위해	심리적인 만족감, 보람을 얻기 위해	사회 문제 해결을 위해	세제 혜택 등 혜택이 있어서	기념, 추모, 감사의 의미로	기타
전체	(475)	44	17	12	12	7	5	3	1
연령									
18-29세	(71)	43	12	10	17	12	1	1	3
30대	(68)	43	12	8	15	7	14	1	0
40대	(81)	46	19	10	5	7	10	3	0
50대	(87)	49	10	13	17	5	3	2	0
60대	(85)	38	20	17	13	6	2	5	0
70세 이상	(84)	45	27	13	4	7	0	3	1

질문: 본인이 기부를 하는 가장 주된 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

응답자 수: 최근 2년 내 기부 경험이 있는 사람 475명

조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

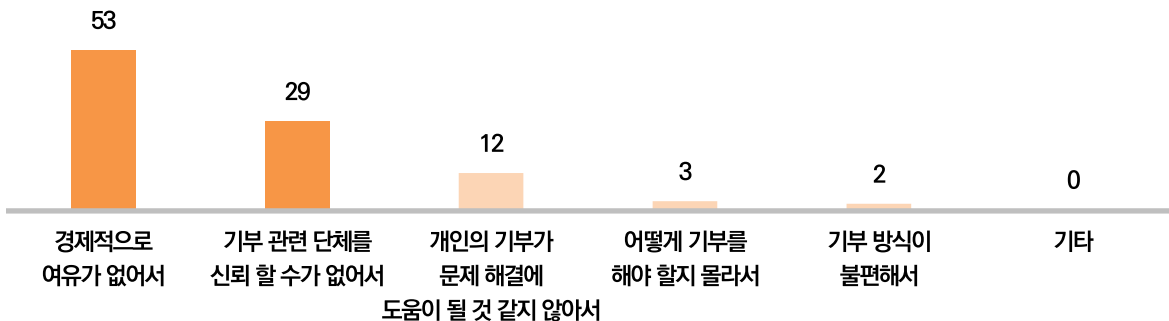
2 기부를 하지 않거나 중단한 이유

기부를 하지 않거나 중단한 가장 큰 이유는 '경제적 여유 없음'과 '기부 단체의 신뢰 부족'
기부 미참여자의 향후 기부 의향은 33%로 최근 기부경험자의 기부 지속 의향(82%) 대비 절반 이하 수준

최근 2년 내 기부 경험이 없는 응답자들에게 기부를 하지 않는 이유를 물어보았다. 기부를 하지 않는 주된 이유로는 '경제적으로 여유가 없어서'가 53%로 가장 많고, '기부 관련 단체를 신뢰 할 수가 없어서(29%)'가 뒤를 잇는다.

(단위: %)

기부를 하지 않는 이유는 '경제적 여유 없음'과 '기부 단체의 신뢰 부족'



질문: 귀하께서 기부를 하지 않거나 중단한 가장 주된 이유는 무엇입니까?

응답자 수: 최근 2년 내 기부 경험이 없는 사람 525명

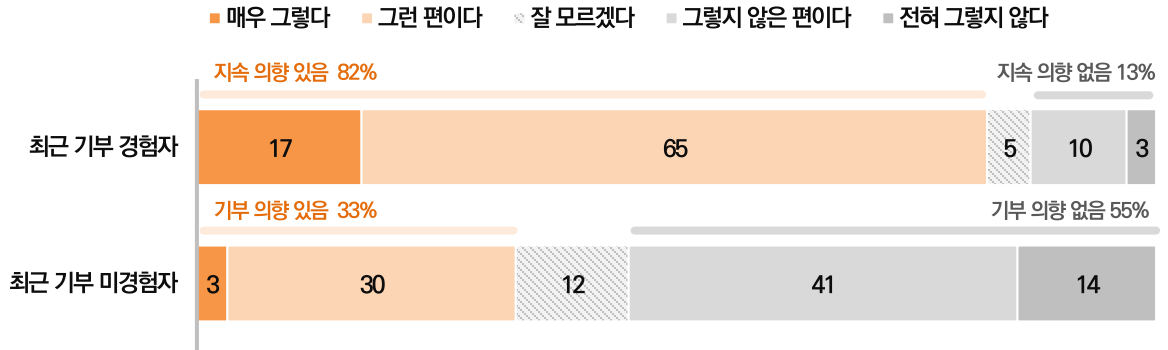
조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

경제적 이유로 기부를 하지 않은 사람을 제외하고, 최근 2년 내 기부를 하지 않은 응답자들에게 향후 기부를 할 의향을 확인한 결과 응답자의 33% 정도만이 기부 의향이 있다고 답했다. 최근 기부 경험자의 지속 기부 의향(82%) 대비 절반 이하 수준이다.

최근 기부 미경험자의 향후 기부 의향은 33%로
최근 기부 경험자의 기부 지속 의향(82%) 대비 절반 이하 수준

(단위: %)



질문: 최근 기부 경험자 - 귀하께서는 향후에도 계속 기부를 지속하실 생각하십니까?

최근 기부 미경험자(경제적 이유 제외) - 귀하께서는 향후에 기부를 할 의향이 있으십니까?

응답자 수: 최근 2년 내 기부 경험자 - 475명

최근 2년 내 기부 미경험자(경제적 이유 제외) - 249명

조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinon.co.kr)

3 기부 관련 인식 및 전망

사회적 문제 해결, 사회 발전 등 기부 활동에 대한 인식은 긍정적인 평가가 많은 반면, 기부를 사회적·도덕적 책임으로 바라보는 측면에 대해서는 의견이 엇갈림

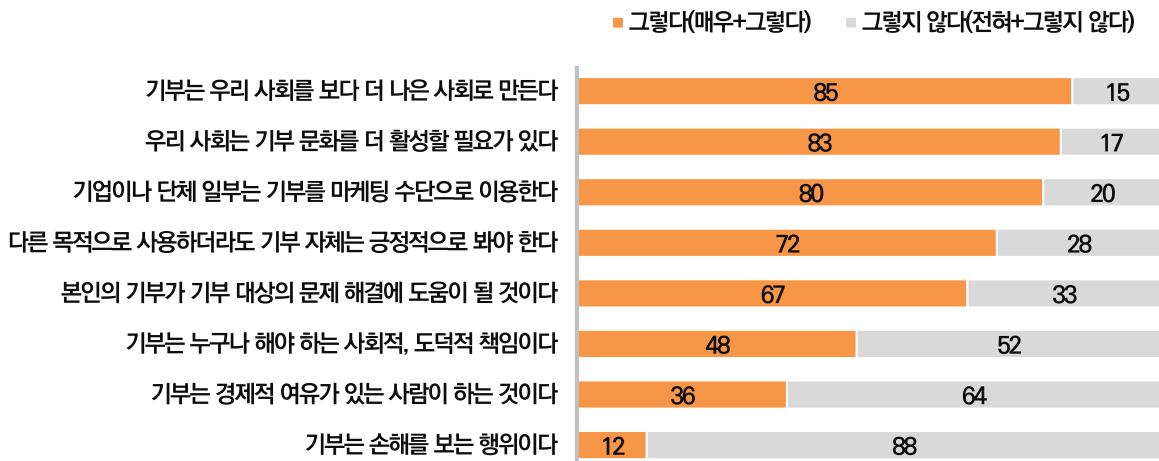
기부 활동에 대한 응답자들의 다양한 인식도 확인해 보았다. ‘기부는 우리 사회를 보다 더 나은 사회로 만든다’ 85%, ‘우리 사회는 기부 문화를 더 활성화 할 필요가 있다’ 83%, ‘본인의 기부가 기부 대상의 문제 해결에 도움이 된다’ 67%로 기부 활동 자체를 긍정적으로 평가하는 비율이 높다. ‘기부는 경제적 여유가 있는 사람이 하는 것이다’, ‘기부는 손해를 보는 행위이다’ 등 부정적 인식에 대해서도 그렇지 않다는 의견이 각각 64%, 88%로 높다.

기업들이 마케팅 활동 등의 목적으로 기부를 하는 것을 80%가 인지하고는 있으나, 다른 목적이라도 기부 자체는 긍정적으로 봐야 한다는 의견은 72%로 나타나 기부 활동의 효과 자체에 긍정적인 평가를 하는 것으로 나타났다.

다만, ‘기부는 누구나 해야 하는 사회적, 도덕적 책임이다’라는 진술에 대해서는 그렇지 않다는 의견이 52%, 그렇다는 의견이 48%로 엇갈린다. 기부 활동에 대해서는 긍정적이지만, 사회적 책임의 영역으로까지 인식하는 비율은 상대적으로 낮은 것을 알 수 있다.

사회적 문제 해결, 사회 발전 등 기부 활동에 대한 인식은 긍정적인 평가가 많은 반면, 기부를 사회적·도덕적 책임으로 바라보는 측면에 대해서는 의견이 엇갈려

(단위: %)



질문: 다음은 기부에 대한 여러 가지 인식입니다. 내용을 잘 읽어보신 후 본인의 생각에 가장 가까운 응답을 선택해 주십시오.

비고: 그렇지 않다(전혀+그렇지 않다), 그렇다(매우+그렇다) 응답 제시함.

‘기부는 경제적 여유가 있는 사람이 하는 것이다’, ‘기부는 손해를 보는 행위이다’ 문항은 부정문 형태의 문항이므로 해석 시 주의 필요

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

우리나라의 기부 참여율은 '낮다' 67%

향후 기부 참여율도 '변화 없을 것' 53%, '더 나빠질 것' 24%로 부정적인 전망 강해

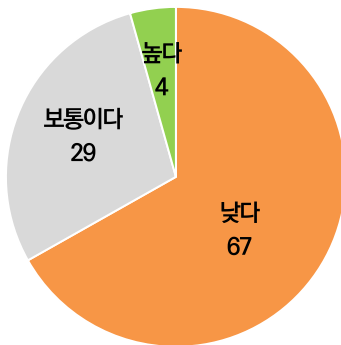
현재 우리나라 국민의 기부 참여율에 대해서는 '낮다'고 생각하는 비율이 67%이다. 향후 기부 참여율 변화에 대해서도 응답자의 53%는 현재 수준에서 변화가 없을 것, 24%는 나빠질 것이라고 생각한다. 향후 기부 의향이나 기부에 대한 긍정적 인식과는 달리 향후 전망은 부정적으로 평가한다.

(단위: %)

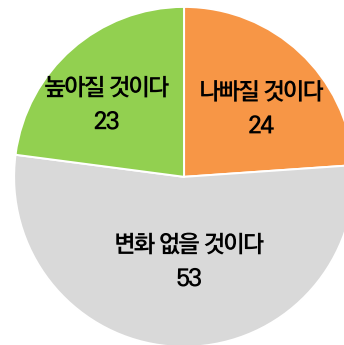
우리나라의 기부 참여율은 '낮다' 67%

향후 기부 참여율도 '변동이 없을 것' 53%, '더 나빠질 것' 24%로 부정적인 전망이 강해

우리나라의 기부 참여율 평가



향후 기부 참여율 변동



질문: 우리나라의 기부 참여율 평가 - 귀하께서는 우리나라 국민의 기부 참여율은 어느 정도라고 생각하십니까?

향후 기부 참여율 변동 - 그렇다면 현재 대비 향후에는 기부 참여율이 어떻게 변동 될 것 같으십니까?

비고: 기부 참여율은 낮다(매우+낮은 편이다), 높다(매우+높은 편이다)

향후 기부 참여율 변동은 나빠질 것이다(매우+약간), 높아질 것이다(매우+약간) 응답 제시함.

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

4 기부 활성화를 위해 필요한 것

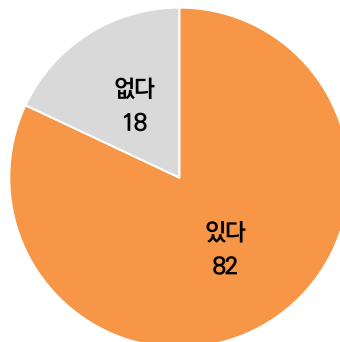
투명한 기부금 사용 내역 정보 제공과 기부 단체의 신뢰성 강화가 기부 활성화의 첫걸음

기부 활동을 활성화 하기 위해서는 어떤 것들이 필요할까? 먼저 기부금 사용 내역 등에 대한 안내를 기부자들에게 보다 적극적으로 제공하는 것이 필요하다는 의견이다. 최근 2년 내 정기기부자 중 82%는 기부단체로부터 기부금 활용 내역을 받은 경험이 있으며, 이러한 정기적 안내가 기부 행위에 영향이 있다는 응답도 65%로 높다. 기부 활동을 한 후 사용 내역을 직접 찾아본 사람이 절반에 한참 못 미치는 31%인 것을 감안 할 때, 기부단체의 적극적인 안내가 기부 활동을 지속하는 데 큰 역할을 하는 것으로 보인다.

(단위: %)

최근 2년 내 정기기부자 중 82%, ‘기부 내역 사용 안내 수신 경험’ 있어

기부 내역에 대한
사용 안내 수신 경험...



질문: 귀하께서는 정기 기부를 하고 있는 곳에서 본인의 기부금이 어떻게 사용되고 있는지에 대한 보고서, 소식지 등을 받아 본 적이 있으십니까?

응답자 수: 최근 2년 내 정기기부 경험 있는 사람 194명

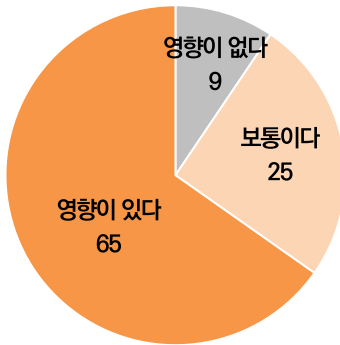
조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

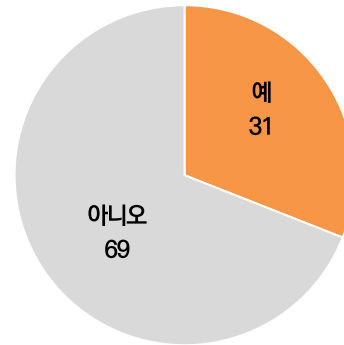
기부금 사용 내역에 대한 기부 단체의 정기적인 안내가 기부 행위에 '영향이 있다' 65%
반면, 기부 사용 내역을 본인이 직접 찾아본 경험은 31%에 그쳐

(단위: %)

정기 안내의 기부 행위 영향



기부 사용 내역을 직접 찾아본 경험



질문: 정기 안내의 기부 행위 영향 - 귀하께서는 본인의 기부금이 어떻게 사용되고 있는지에 대한 정기적 안내가 기부 행위에 얼마나 영향을 준다고 생각하십니까?

기부 사용 내역을 직접 찾아본 경험 - 귀하께서는 본인이 기부한 내용이 어떻게 사용되고 있는지에 대해 기관 홈페이지 검색, 센터에 직접 정보 요구 등의 방법으로 직접 정보를 찾아본 적이 있으십니까?

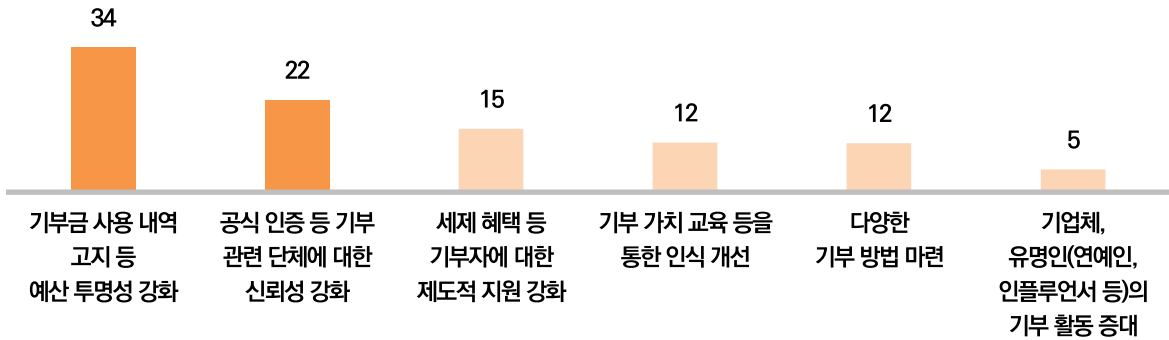
응답자 수: 정기 안내의 기부 행위 영향 - 최근 2년 내 정기기부 경험 있는 사람 194명 /
 기부 사용 내역을 직접 찾아본 경험 - 최근 2년 내 기부 경험자 475명

조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

무엇보다 이러한 사용 내역 공개는, 기부 활성화를 위해 가장 많이 거론되는 기부금 활용의 투명성과 기부 단체의 신뢰성 강화와도 연결이 된다는 점에서 중요하다. 기부 활성화를 위해 필요한 것으로 응답자들은 예산 투명성 강화(34%)와 기부 관련 단체에 대한 신뢰성 강화(22%)를 가장 먼저 지적했다. 기부 비경험자들이 기부를 하지 않는 이유 또한 경제적 이유 다음으로 기부 단체의 신뢰 부족(29%)을 지적하고 있다. 기부 단체의 투명한 예산 집행과 이를 기부자들에게 적극적으로 알리는 노력이 지속된다면 기부 활동 또한 점점 좋아질 것으로 보인다.

(단위: %)

기부 활성화를 위해서는 예산 투명성 강화와 기부 관련 단체의 신뢰성 강화가 우선 필요

질문: 기부 활성화를 위해 가장 필요한 것은 무엇이라고 생각하십니까?

응답자 수: 1,000명

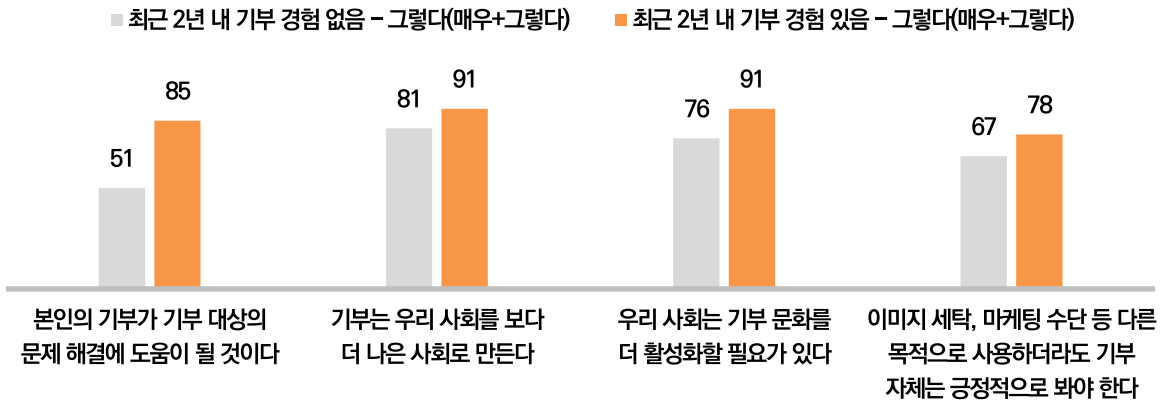
조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

조사 내용을 종합해 보면 응답자들의 기부 활동 인식과 필요성은 긍정적인 반면, 향후 기부 활성화에 대한 전망은 부정적으로 보고 있다. 한 가지 주목할 점은 기부 경험이 있는 응답자의 경우 비경험자 대비 기부 활동에 대한 인식이나 향후 기부 활동(지속) 의향이 훨씬 긍정적이라는 점으로 기부의 경험이 기부 활동 자체에 대한 긍정적 평가에 영향을 미친다는 점이다.

따라서 기부 활성화의 시작은 일시적인, 작은 규모라도 기부에 대한 경험을 통해 타인을 돕는 행위로 인한 만족감을 느끼도록 하는 것이 필요하다. 이를 위해 기부 관련 기관에서는 기부자가 기부 활동을 통해 남을 돕는다는 가치를 느낄 수 있도록 기부 단체의 투명한 예산 사용과 정보공개의 의무를 다해야 할 것이다. 나아가, 보다 나은 기부활동을 위해서는 단순히 기부를 하는 것에 그치지 않고, 자신의 기부 목적에 맞게 기부 내용이 사용되고 있는지 적극적인 관심을 가질 필요가 있다.

(단위: %)

기부 활동 효과에 대해 기부 경험자의 평가가 비경험자 대비 상대적으로 더 긍정적

질문: 다음은 기부에 대한 여러 가지 인식입니다. 내용을 잘 읽어보신 후 본인의 생각에 가장 가까운 응답을 선택해 주십시오.

응답자 수: 최근 2년 내 기부 경험 없는 사람 475명

최근 2년 내 기부 경험 있는 사람 525명

조사기간: 2025. 10. 24. ~ 27.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

조사개요

구 분	내 용
모집단	• 전국의 만 18세 이상 남녀
표집틀	• 한국리서치 마스터샘플(25년 9월 기준 전국 97만여 명)
표집방법	• 지역별, 성별, 연령별 비례할당추출
표본크기	• 1,000명
표본오차	• 무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%p$
조사방법	• 웹조사(휴대전화 문자와 이메일을 통해 url 발송)
가중치 부여방식	• 지역별, 성별, 연령별 가중치 부여(셀가중) (2025년 9월 행정안전부 발표 주민등록 인구 기준)
응답율	• 조사요청 34,739명, 조사참여 1,744명, 조사완료 1,000명 (요청대비 2.9%, 참여대비 57.3%)
조사일시	• 2025년 10월 24일 ~ 10월 27일
조사기관	• (주)한국리서치(대표이사 노익상)

한국리서치 주간리포트

여론속의 여輿론論

HankookResearch

