

B.D.A X 나눔 비타민

기업의 사회공헌 활동에 대한 인식과 참여 행동 설문조사

B.D.A
Big Data Analytics

서베이-리포트팀
박찬규, 신미수, 양지호

GenZ 리포트란?

Z세대 인사이트에 주목하다

BDA는 주로 20대 대학생들로 이루어진 대형 학회입니다.

학회원을 대상으로 서베이를 진행함으로써
Z세대의 인사이트를 도출하고자 합니다

'기업의 니즈'에 주목하다

기업의 니즈를 반영하여 BDA가 주도하는 리포트로, 학회원들
을 대상으로 설문을 통해 인사이트를 도출합니다.

✧ 사전에 협의된 주제와 방향성에 따라 설문을 설계하고 이를 분석하여 기업이 활용할 수 있는 자료로 제공할 뿐만 아니라, 학회원들에게는 학회와 관련된 유용한 정보를 전달합니다.



조사 설계

응답 방식	B.D.A 학회의 각 반별 오픈채팅방을 통해 Google Form 설문 링크를 배포, 응답 수집
응답자 수	B.D.A 학회원 917명 중 177명 (응답률 : 20%)
표집 방법	임의 표집((convenience sampling)방식으로 구성
조사 기간	2025년 6월 15일(일) ~ 2025년 6월 27일(금)
응답 대상	목표 모집단(Target Population) 전국의 MZ세대(만 20세 ~ 만 30세) 조사 모집단(Survey Population) B.D.A 학회원

B.D.A X 나눔 비타민

조사항목

설문 참여자 인구통계학적 특성

Z세대의 사회공헌 인식과 참여 행동 심층 분석

- Z세대 사회공헌 인식 및 참여 경험
- 참여했던 사회공헌 활동 유형
- 사회공헌을 통해 얻고자하는 가치
- 기업 사회공헌 신뢰도 및 고려 요소
- CSR 정보 접점 및 콘텐츠 선호 유형

참여 연계 활동 유형

- 콘텐츠 채널에 따른 행동 유도력 차이
- 관심있는 사회공헌 활동 유형
- 사회공헌으로 얻고 싶은 보상과 효과적인 홍보 모델
- 사회공헌 참여 활동 동기와 장벽 요인

채널과 행동의 연계성

- 사회공헌 홍보 콘텐츠와 실제행동
- 행동 전환 채널과 소요 시간
- 행동요인과 장벽
- 사회공헌 활동과 보상

참여형 기부 플랫폼 인식 & 나비암 적용 전략

- 참여형 기부 플랫폼 인지도
- 사회공헌 활동 콘텐츠 및 참여도
- 나비암 인지도
- 나비암 방향성

통합 인사이트 및 전략 제언

2. Z세대의 사회공헌 인식과 참여 행동 심층 분석

기업 사회공헌 신뢰도 및 고려 요소

기업 사회공헌 신뢰도

5. 참여형 기부 플랫폼 인식 & 나비암 적용 전략

나비암 방향성

샘플 인라인