

기업의 사회 공헌과 재무적 성과

이 흥 일 | 한국건설산업연구원 연구위원

hilee@cerik.re.kr

최근 몇 년 사이 국내 건설업계에 윤리 경영과 더불어 나눔 경영(사회 공헌)이 확산되고 있다. 2005년 4월 국토부와 건설업계간 ‘건설 분야 투명 사회 협약’ 체결 이후 업계 차원에서 건설산업 이미지 쇄신을 위해 윤리 경영, 사회 공헌 활동 등을 중점적으로 추진하고 있고, 개별 건설기업들도 사랑의 집짓기 운동 참여, 건설공사 현장 지역 주민 대상 자원 봉사 활동 등 사회 공헌 활동에 대한 투자를 늘리고 있다.

이에 본고에서는 기업의 사회 공헌 활동과 재무적 성과 간의 관계를 실증적으로 연구한 결과에 대해 요약·설명하고자 한다.

시혜적 동기에서 전략적 동기로 전환

기업의 사회 공헌 활동이란 조달, 생산, 판매, 인적 자원 관리, 재무 관리 등과 같은 기업의 사업 활동과 직접적인 관계가 없이 사회의 필요를 충족시키기 위해 기업의 물적, 인적 자원을 투입하는 활동을 말한다. 기업의 근본적인 존재 목적은 법적, 윤리적 테두리 안에서 이윤을 극대화하

는 것이다.

그럼에도 불구하고 기업들이 이윤 창출과는 무관해 보이는 사회 공헌 활동을 하는 이유는 어디에 있을까? 우선 기업이 사회 공헌 활동을 하는 첫 번째 동기로 시혜적(施惠的) 동기를 들 수 있다. 그러나, 최근 선진 기업들 사이에서 사회 공헌 활동은 전략적 동기에 기초한 전략적 사회 공헌(Strategic Philanthropy)으로 그 패러다임이 바뀌고 있다.

전략적 사회 공헌이란 시혜적 동기나 사회적 정당성을 확보하기 위한 자기 방어적 동기가 아니라, 사회 공헌 활동을 통한 차별적인 기업 이미지 제고와 경쟁 우위 확보, 제품 및 서비스의 매출 증대, 임직원의 애사심과 자긍심 제고 등의 성과를 동시에 추구하는 것을 의미한다.

사회 공헌이 재무 성과 향상에 기여

실제로 Pava & Krausz(1996), 박헌준·이종건(2002), 위평량(2004), Brown, Helland & Smith(2006), Fisman, Heal & Nair(2006), 최

윤열·홍창선·이호선(2007) 등 비교적 최근의 연구들에서는 기업의 기부 활동이나 사회 공헌 활동이 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 연구 결과가 제시되고 있다.

구체적으로 살펴보면 Pava & Krausz(1996)는 사회 공헌 활동을 비교적 적극적으로 수행하는 53개 기업의 단기 및 장기적인 재무적 성과와 그렇지 않은 기업들의 재무적 성과를 상호 비교하였다.

그 결과 사회 공헌 활동을 상대적으로 더 적극적으로 수행하는 53개 기업 집단의 장기적 재무적 성과가 비교 집단에 속한 기업의 장기적 재무적 성과에 비해 더 뛰어난 것으로 나타났다.¹⁾

국내에서도 박헌준·이종건(2002)은 2년 간(1997~98년)의 데이터를 활용해 295개 기업에 대해 회귀분석을 실시하였는데, 분석 결과 기업의 기부 행위 수준이 높을수록 기업의 수익성, 경제적 부가가치, 단기 상환 능력이 높아지고, 재무 레버리지는 낮아진다는 것을 발견했다.²⁾ 또한 위평량(2004)의 실증 연구에서도 기부금과 공익 재단 사업비를 합한 비용, 즉 사회 공헌 지출 비용이 증권시장에서 결정되는 기업 가치(MBR : Market value to Book value Ratio)에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.³⁾

상반된 결과 감안한 추가 연구 필요

그러나 비교적 최근에 수행된 연구 중에서 기업의 사회 공헌 활동이 기업의 재무적 성과에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미칠 수 없다는 연구 결과⁴⁾도 일부 나타나고 있어 연구의 일관성에 논란이 제기될 수 있는 상황이다. 이렇게 상반된 실증 연구 결과가 나타나는 것에 대해 Waddock & Graves(1997)는 기업의 사회 공헌과 재무적 성과 간의 관계를 보다 복잡한 모델로서 설명하는 실증 연구가 필요하다고 주장했다.⁵⁾

박헌준·권인수(2004) 역시 향후 연구에서는 조절 변수 및 매개 변수의 발견을 통해 두 변수 간의 관계를 보다 세부적으로 설명하는 연구 모델 및 이론의 개발이 필요한 시점이라고 주장하였다.⁶⁾

조절 변수 관련 가설 도출

이에 본고에서는 기업의 사회 공헌과 재무적 성과 간의 관계에 영향을 미칠 수 있는 다양한 조절 변수를 발견한 실증 연구 결과에 대해 간략히 설명코자 한다. 기존의 문헌 연구들을 고찰했을 때 기업의 사회 공헌과 재무적 성과 간의 관계에 영향을 미칠 수 있는 조절 변수로는 전략적 사회 공헌 특성 변수, 기업의 사회적 정당성과 관련된 변수들이 있다. 우선 전략적 사회 공헌 특성이라

1) Pava, M. L., & Krausz, J., 「The association between corporate social responsibility and financial performance : The paradox of social cost」, Journal of Business Ethics, 15, pp. 321~357, 1996.

2) 박헌준·이종건, 「기부와 환경 보호 : 기업의 사회 공헌 활동과 재무적 성과에 관한 실증적 연구」, 인사조직연구, 10(1), pp. 93~133, 2002.

3) 위평량, 「기업의 사회 공헌 활동과 기업가치 관계에 대한 실증 분석」, 한국NGO학회 한국비영리학회 공동총계학술대회, 2004.

4) Griffin & Mahon(1997), Seifert, Morris & Bartkus(2003) 등의 연구 결과가 대표적인.

5) Waddock, S. A. and S. G. Graves, 「The Corporate Social Performance-Financial Performance Link」, Strategic Management Journal, 18(4), pp. 303~319, 1997.

6) 박헌준·권인수, 「기업윤리 연구의 최근 동향과 실증연구 과제」, 기업윤리 연구, pp. 105~134, 2004.

기업의 사회 공헌 활동과 재무적 성과 간 조절 변수 관련 가설 검증 결과

구분		가설	검정 결과
사회 공헌이 재무적 성과에 미치는 영향에 관한 가설		가설 1 : 기업이 사회 공헌 활동을 활발히 할수록 재무적 성과(수익성)는 향상될 것이다 (기업의 사회 공헌 활동은 재무적 성과(수익성)에 정(+의 영향을 미칠 것이다).	채택
조절 변수 관련 가설	사회 공헌 수행의 전략적 특성	가설 2 : 기업이 사회 공헌 활동에 대해 홍보를 많이 할수록 사회 공헌 활동이 재무적 성과에 미치는 정(+의 영향은 더욱 커질 것이다.	기각
		가설 3 : 기업이 본업 연계성(사업 및 이해관계자 연계성)이 높은 사회 공헌 활동을 많이 할수록 사회 공헌 활동이 재무적 성과에 미치는 정(+의 영향은 더욱 커질 것이다.	채택
		가설 4 : 기업의 B2C 거래 매출 비중이 높을수록 기업의 사회 공헌 활동이 재무적 성과에 미치는 정(+의 영향은 더욱 커질 것이다.	채택
	기업의 사회적 정당성	가설 5 : 기업의 윤리 경영 실천 수준이 높을수록 사회 공헌 활동이 재무적 성과에 미치는 정(+의 영향은 더욱 커질 것이다.	채택
		가설 6 : 기업의 독과점 이미지가 높을수록 사회 공헌 활동이 재무적 성과에 미치는 정(+의 영향은 더욱 커질 것이다.	채택
		가설 6 : 기업의 생산 과정에서 환경오염/파괴 정도가 심할수록 사회 공헌 활동이 재무적 성과에 미치는 정(+의 영향은 더욱 커질 것이다.	기각

고 할 수 있는 사회 공헌 활동의 홍보, 사회 공헌 활동과 기업 본연의 사업과의 연계성 등이 높을수록 사회 공헌이 재무적 성과에 미치는 영향을 증대시킨다는 가설을 기존의 이론들을 통해 도출할 수 있다.

다음으로 기업의 사회적 정당성과 관련해서는 기업의 윤리 경영 수준이 높을수록 사회 공헌 활동을 했을 때 더 높은 재무적 성과를 나타낼 것이라는 가설을 도출할 수 있다.

이는 Carroll(1991) 등이 기업의 윤리 경영은 사회 공헌보다 더 기본적으로 사회에서 요구하는 활동이므로 윤리 경영, 법규 준수 등의 기본적인 활동 이행 없이 기부, 사회 공헌 활동을 할 경우 효과가 떨어질 수 있다는 주장 등에 근거한다.⁷⁾ 그리고 구미 선진국에서 주로 독과점 이미지와 환경오염이 많은 기업이 사회적 정당성 확보를 위해 사회 공헌 활동을 많이 해왔는데, 이를 기초로 독과점 이미지와 환경오염이 많은 기업일수록 사회 공헌이 기업의 재무적 성과에 미치는 영향이 클 것이라는 가설을 도출할 수 있다.

7) Carroll, A. B., "The Pyramid of Corporate Social Responsibility

조절 변수 관련 가설 검정 결과

각 가설들과 이 가설들을 검정하기 위해 계층적 회귀분석을 시도한 결과는 다음의 표에 요약되어 있다.

먼저 사회 공헌 수행의 전략적 특성과 관련된 변수들의 조절 효과를 검정한 결과, 사회 공헌 활동의 본업 연관성과 사업 적합성이 높을수록 사회 공헌 활동 정도(매출액 대비 사회 공헌 지출액 비중)가 기업의 재무적 성과(영업이익률)에 미치는 정(+)의 영향 관계에 정(+)의 조절 효과를 미치는 것으로 나타났다. 이를 통해 볼 때 사회 공헌을 직접적으로 본업과 연계해 지원하거나 사업 적합성이 높은 것이 재무 성과 향상에 유리한 것으로 유추할 수 있다. 그러나 사회 공헌의 홍보 정도와 환경오염/파괴 정도는 가설과 달리 조절 효과를 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이론적 검토에서는 사회 공헌의 홍보가 전략적 사회 공헌의 매우 중요한 특성 중 하나였는데도 불구하고 사회 공헌 홍보가 조절 효과를 발휘하지 못한 것으로 나타난 원인은 무엇보다 본 실증 연구에서 사회 공헌과 재무 성과 간의 관계를 1년치 자료만을 가지고 분석했다는 한계점에서 비롯되었을 수 있다고 판단된다.

다음으로 기업의 사회적 정당성과 관련된 변수들의 조절 효과를 검정한 결과 윤리 경영 실천 수준과 독과점 이미지 정도가 높을수록 사회 공헌 활동 정도(매출액 대비 사회 공헌 지출액 비중)가 기업의 재무적 성과(영업이익률)에 미치는 정(+)의 영향 관계에 정(+)의 조절 효과를 미치는 것으로 나타났다.

다만 환경오염/파괴 정도는 조절계수가 유의적이진 않지만 마이너스(-) 부호를 가진 것으로 나타나 사회 공헌이 환경오염으로 인한 부정적 이미지를 상쇄시켜 재무 성과를 향상시키기보다는 환경오염으로 인한 부정적 이미지가 사회 공헌의 성과를 감소시킬 수도 있는 양면성을 가진 것으로 나타났다.

시사점

위의 실증 연구 결과를 토대로 기업의 사회 공헌 활동과 관련된 시사점을 도출하면 기업들이 전략적으로 사회 공헌 활동을 추진할수록, 또한 사회 공헌 활동과 함께 윤리 경영을 병행할수록 사회 공헌 활동의 성과를 더욱 증대시킬 수 있다는 것이다.

최근 건설업체들도 헤비타트 운동 참여나 자체적인 사랑의 집짓기 운동 전개, 건설공사 지역 주민을 대상으로 한 자원 봉사 활동, 복지 시설 개보수 등과 같이 건설업과 연계된 사회 공헌 활동을 많이 전개하고 있는데 이는 본 연구 결과를 기초로 볼 때 수혜자와 함께 기업이 win-win할 수 있는 방법이라고 판단된다. 또한, 사회 공헌 활동 뿐 아니라 좀 더 기본적인 사회적 책임 영역인 윤리 경영을 병행하는 것이 기업 성과 향상에 중요하다는 시사점도 얻을 수 있다. 특히, 건설산업의 경우 부패 이미지가 상대적으로 높다는 점을 감안할 때 윤리 경영을 병행한 사회 공헌 활동의 성과가 더 높다는 연구 결과는 시사하는 바가 크다고 판단된다. CERIK