

## 다국적기업 자회사의 한국시장 기부활동: 탐색적 실증분석\*

홍성진

영남대학교 상경대학 무역학부 부교수

### MNC Subsidiaries' Charitable Donations in Korea: An Exploratory Empirical Analysis

Sungjin Hong<sup>a</sup>

<sup>a</sup> School of International Economics and Business, Yeungnam University, South Korea

*Received 30 August 2022, Revised 23 September 2022, Accepted 28 September 2022*

#### Abstract

**Purpose** - The main purpose of this study is to test two competing hypotheses on the relationship between foreignness and corporate philanthropy drawing on the resource dependence theory.

**Design/methodology/approach** - This study used Korean Enterprise Survey data constructed by Korean Statistical Information Service. This study employed both OLS and Tobit models to test the hypotheses.

**Findings** - A conventional wisdom can argue that MNC subsidiaries are more willing to give charitable donations than local firms do because they may perceive philanthropy in the host country is a good opportunity to reduce liabilities of foreignness (H1-1). On the other hand, one can argue that MNC subsidiaries are less willing to give charitable donations than local firms do because they have operational flexibility when they are coerced to engage in corporate philanthropy by host country government stakeholders (H1-2). Empirical results support the prediction that MNC subsidiaries are less likely to give charitable donations than local firms do in Korea.

**Research implications or Originality** - Our findings can provide useful insights to researchers and managers in the sense that MNC managers can increase or decrease their charitable donations depending on the institutional contingencies in different host countries. These institutional contingencies are particularly important within a transforming context such as Korea.

**Keywords:** MNC subsidiaries, Corporate philanthropy, Resource dependence

**JEL Classifications:** M14, M16, M38

## I. 서론

기업의 기부금 지출을 통한 자선활동은 기업의 사회적 책임(corporate social responsibility, 이하 CSR)을 다룬 기존 연구에서 주요 관심사 중의 하나이다. 특히 CSR 활동과 해당 기업의 재무적 성과 간의 관계를 중심으로 초기 CSR 연구가 발전해 왔다는 점을 고려하면 직접적 비용을 수반하는 기부활동은 연구자와 실무자들에게 자연스러운 관심사가 되어 왔다 (Barnett & Salomon, 2012; Brammer &

\* 이 연구는 2020학년도 영남대학교 교원 연구년제 과제지원을 받아 수행된 연구임.

<sup>a</sup> First Author, E-mail: shong@ynu.ac.kr

© 2022 The Institute of Management and Economy Research, All rights reserved.

Millington, 2004; Campbell et al., 2012). 또한 이러한 연구들 중 국제경영의 관점에서 다국적기업 자회사의 현지국에서의 기부활동 참여 동기에 대한 연구도 이루어져 왔다 (Mithani, 2017; 김광호, 류용규, 박병일, 2019; 이양복, 김창수, 2016).

이론적으로는 다국적기업 자회사가 현지국 기업에 비해 더 적극적으로 기부활동에 참여하여야 하는 동기와 더 소극적으로 기부활동에 참여하여야 하는 동기가 모두 존재한다. 다국적기업의 자회사는 현지국에서 외국인비용을 감수해야 하는 제약조건에 직면한다는 점을 강조하는 관점에서는 이러한 외국인비용을 감소시키고 현지국에서 내부자로서의 정당성(legitimacy)을 강화시키기 위한 수단으로 다국적기업은 현지국 기업보다 기부활동에 더 적극적으로 참여할 동기가 있다는 예측이 가능하다. 반면에, 현지국의 제도적 환경에 따라서는 기부활동이 정부 등 이해관계자의 기대와 압력에 순응하기 위한 수동적 선택이라고 간주하는 관점에서는 상황에 따라 영업활동의 입지를 다른 국가로 변경할 수 있는 유연성(operational flexibility)을 보유한 다국적기업이 현지국 기업에 비해 기부활동에 더 소극적으로 참여할 것이라는 예측이 가능하다. 두 가지 상반된 주장이 이론적으로 충분히 설득력이 있음에도 불구하고 다국적기업 자회사의 현지국 기부활동을 분석한 기존의 실증연구들은 이 두 가지 경쟁가설(competing hypotheses)을 함께 분석한 연구가 미미한 실정이다. 따라서 본 논문은 대조되는 예측을 제시하는 경쟁가설의 검정을 통해 한국시장의 경우에 어떠한 주장이 상대적으로 더 타당한 예측이라고 볼 수 있는지 탐색적인 실증분석을 시도하여 국제경영 문헌에 공헌하고자 한다.

특히 한국시장에서의 기업 기부활동은 서구에서의 기업 기부활동과 대조적으로 사회적 압력과 기업 비판에 대응하기 위한 준조세 납부 동기가 강한 사회공헌활동이었다는 지적을 고려하면 한국시장에서 다국적기업의 자회사가 한국기업 보다 기부활동에 더 적극적인지를 분석하는 것은 다양한 이론적, 실무적 시사점을 제공할 수 있는 연구질문 이라고 할 수 있다 (이상민, 2002). 최근 연구에서 Zhang, Marquis and Qiao(2016)는 기업에 대한 정부의 정치적 압력이 강하게 작용하는 중국시장의 경우에는 기업이 기부활동을 통한 자선활동(corporate philanthropy)에 참여하는 것이 적극적 CSR투자라기 보다는 소극적 순응에 가까운 특성을 갖기 때문에 기업이 정부관계자와 맺고 있는 정치적 연계(political connections)의 특성에 따라 어떤 기업은 기부활동을 적극적으로 활용하려고 하고 반면에 다른 기업들은 기부활동을 가능한 회피하려한다는 결과를 제시한 바 있다. 이러한 논리를 한국시장에 적용하여 기업의 사회공헌활동에 대한 정부의 압력이 다른 이해관계자보다 강하다면 기업들은 기부활동을 경쟁기업 대비 경쟁우위를 확보할 수 있는 CSR투자로 간주하기 보다는 의무적으로 순응해야 하는 사회적 의무로 인식하고 다국적기업과 현지국 기업 간 기부활동 참여에 유의한 차이가 있을 수 있다. 본 논문은 이러한 차이를 자원의존이론(Pfeffer & Salancik, 1978) 관점에서 분석하고자 한다.

본 논문은 총 다섯 개의 절로 구성되어 있다. 제2절 이론적 배경 및 가설에서는 자원의존이론의 관점에서 기업의 기부활동 동기를 외국인비용의 극복과 다국적기업의 유연성 (operational flexibility) 라는 관점에서 비교하여 각각의 경쟁가설을 제시한다. 제3절에서는 표본설계와 변수의 정의 및 실증분석 결과를 제시한다. 제4절은 제3절에서 제시된 이론적 예측에 대한 이론 및 실무적 함의를 논의한다. 제5절 결론에서는 본 연구의 요약하고 한계점들을 논의한다.

## II. 이론적 배경 및 가설

### 1. 기업 기부활동의 혜택(benefits)과 비용(costs)

기업의 기부활동은 CSR 연구에서 자선활동(corporate philanthropy)의 일부로 간주되어 왔다 (Wang, Choi, & Li, 2008). 기업이 기부금 지출 등의 자선활동을 하는 이유에 대해서는 다양한 이론적 논의가 있을 수 있으나 본 연구에서는 자원의존이론 (resource dependence theory)에 바탕을 두고 기업의 기부활동 동기를 분석하고자 한다 (Pfeffer & Salancik, 1978). 자원의존이론은 장기적 생존과 성장을 위해 필요한 외부 경영자원을 확보하기 위해서 기업은 이러한 경영자원을 통제할 수 있는 외부 이해관계자에 대한 의존관계를 적용하거나, 회피하거나, 협상함으로써 외부 이해관계자에 대한 의존

(dependence) 관계를 관리하고 이를 통해 궁극적으로 기업이 직면하는 불확실성을 감소시키고자 노력할 것이라고 보았다 (Pfeffer & Salancik, 1978). 기업이 필요한 경영자원을 획득하기 위해 의존해야 할 외부의 이해관계자로는 정부를 비롯하여 소비자, 협력 기업, 시민단체 등 다양한 이해자 집단을 고려할 수 있다 (Brammer, Pavelin, & Porter, 2009; Carroll, 2004). 기업의 외부 이해관계자에 대한 필수적 경영자원 의존관계는 기업의 의사결정자로 하여금 두 가지 상반된 대응전략을 시사한다(Pfeffer & Salancik, 1978). 첫 번째 대응전략은 의존관계로 인해 발생하는 불확실성을 근본적으로 회피하기 위해 의존의 정도를 감소시키는 선택이 있을 수 있다. 물론 의존도를 감소시켜야 할 대상은 모든 유형의 이해관계자라기보다는 가장 필요한 자원을 통제하고 있는 이해관계자가 될 것이다. 두 번째 대응전략은 외부 이해관계자에 대한 근본적이고 장기적인 의존도 감소가 바람직하지 않거나 가능하지 않다고 판단하는 경우 이해관계자의 의사결정에 영향력을 행사하는 방식으로 불확실성을 관리하는 선택이 대안이 될 수 있다.

자원의존이론 관점에서 기업의 기부활동 동기를 분석해보면 기업의 기부활동은 그 동기에 따라 어떤 상황에서는 기업에게 순혜택(net benefits)이 될 수 있고 또 다른 상황에서는 순비용(net costs) 요인이 될 수 있다 (Wang et al., 2008; Zhang et al., 2016). 기부활동의 주요동기가 사회공헌활동에 대한 투자를 통해 이해관계자를 대상으로 해당 기업의 공적 이미지(public image)를 향상시키고 이로 인해 획득한 사회적 정당성(legitimacy)을 통해 이해관계자들이 통제하는 새로운 경영자원을 획득하거나 기존에 획득한 외부 경영자원을 잃는 위험을 감소시키기 위한 목적이라면 기업의 기부활동은 순혜택이 될 수 있을 것이다 (Wang et al., 2008). 반면에, 기부활동의 주요동기가 특정 이해관계자의 사회공헌활동 기대와 압력에 의한 수동적 대응이라면 기부활동의 직접적 비용 부담으로 인해 기부활동이 해당 기업에게 오히려 순비용으로 작용할 수도 있다 (Barnett & Salomon, 2012; Zhang et al., 2016). 본 연구에서는 기부활동이 순혜택으로 작용할지 순비용으로 작용할지의 여부는 해당 기업이 처한 제도적 상황조건 (institutional contingencies)에 따라 결정될 것이라고 가정한다. 자원의존이론에서 외부 이해관계자와의 상호관계가 순혜택으로 작용하는지 순비용으로 작용하는지는 지속적으로 논의되어 온 주제이다. 정부를 비롯한 이해관계자와의 관계가 해당 기업에게 외부압력에 대한 완충 (buffering) 역할을 해줄 수 있다면 순혜택으로 작용할 것이다 (Bucheli & Salvaj, 2018; Zhang et al., 2016). 반면에 이해관계자와의 관계 때문에 해당 기업이 이해관계자의 요구와 기대에 종속(binding)된다면 오히려 이해관계자와의 긴밀한 관계를 형성하기 위한 과거의 투자는 순비용으로 작용할 것이다. 본 연구의 분석대상이 다국적기업 자회사의 현지국에서의 기부활동이기 때문에 다양한 이해관계자 중 특히 현지국의 정부에 초점을 맞추어 두 경쟁가설을 제시하고자 한다. 다국적기업의 현지국에서의 외국인비용의 원천과 사업업지를 다른 국가로 이전시키는 사업적 유연성 (operational flexibility) 논의의 중심에는 다국적기업이 현지국에서 획득해야 할 핵심적인 경영자원의 제공자가 현지국 정부라는 점이 있기 때문이다 (Rodriguez et al., 2006).

## 2. 외국인비용과 기부활동

다국적기업의 존재이유를 설명하는 이론적 기초로서 해외직접투자이론은 현지국에 진출한 다국적기업은 현지국 기업이 부담하지 않아도 되는 추가적 비용과 위험을 현지국의 외부자(outsider)인 외국인이라는 이유로 부담해야 한다고 주장하며, 이러한 비용을 외국인비용(liabilities of foreignness) 이라고 정의한다 (Hymer, 1976; Zaheer, 1995). 이러한 외국인비용의 원천을 이론적으로 검토해보면 현지국의 정부, 고객, 사업협력 파트너, 시민사회의 입장에서 외국인인 다국적기업을 사회에 공허할 의지가 있는 선량한 기업시민으로 인정할만한 정당성(legitimacy)이 부족하다는 점이 핵심이라고 할 수 있다 (Campbell et al, 2012; Kostova & Zaheer, 1999). 현지의 이해관계자 입장에서는 외국인인 다국적기업에 대해서 자국 경제의 외국 자본 및 기술 종속 심화가능성 등 부정적 의견 및 반감이 있을 수 있기 때문이다 (박철형, 진규호, 2019; Kostova & Zaheer, 2019).

외국인비용 관점에서의 기존연구는 다국적기업 자회사가 현지국에서 기부금을 통한 자선활동에 참여하는 것이 현지국 이해관계자와의 관계에게 해당 기업의 정당성을 강화시키고 외국인비용을 감소시킬 수 있는 효과적 수단이라는 점을 강조한다 (Mithani, 2017). 다국적기업의 자선활동은 정부를 비롯한 현지국

이해관계자들과의 사회적 친분(social ties)을 통해 신뢰관계를 점진적으로 형성하게 만들고 장기적으로는 호혜관계(reciprocity)의 가능성을 높여주기 때문이다 (Mithani, 2017).

특히, 경쟁우위의 향상 측면에서 외국인비용을 감수해야 하는 다국적기업은 현지국 기업보다 더 적극적으로 기부활동에 참여할 경제적 유인을 갖게 된다 (Mithani, 2017). 기부활동을 통해 구축한 현지 이해관계자와의 긍정적 관계가 핵심적 경영자원의 접근에 대한 이해관계자의 참여와 협력을 촉진시킬 수 있기 때문이다 (고제경, 이동기, 조영곤, 2021; Wang & Qian, 2011). 현지국 기업 대비 더 적극적인 기부활동이 외국인비용을 감소시킬 뿐만 아니라 경쟁우위의 창출에도 기여할 수 있다면 다국적기업의 자회사는 현지국 기업보다 더 적극적으로 기부활동에 참여할 동기를 갖게 된다. 그리고 외국인비용으로 인한 다국적기업의 정당성 확보 필요성에 한국과 다른 현지국 간 차이가 없다면 이러한 주장은 한국시장에서 다국적기업 자회사와 한국기업 간 기부활동 비교에도 적용이 가능할 것이다. 이러한 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 도출한다.

**H1-1** 한국시장에서 다국적기업의 자회사는 한국기업보다 기부활동 (매출액대비 기부금 지출)을 더 많이 할 것이다.

### 3. 다국적기업의 유연성과 기부활동

가설 H1-1을 도출하는 과정에서의 기본적 전제는 외국인비용을 감소시키기 위한 목적의 기부활동으로 인해 핵심 경영자원에 대한 접근과 획득이 경쟁기업 대비 더 유리해지는 경쟁우위의 창출이 가능해야 한다는 점이다. 만약 현지국의 제도적 환경의 특성이 다른 이해관계자에 비해 정부의 핵심 경영자원에 대한 통제 및 영향력이 압도적으로 높은 경우라면 이러한 이론적 전제는 유지되기가 어려울 것이다. 정부 입장에서는 정부가 기대하는 사회공헌활동에 적극적으로 참여하는 기업에 대해 덜 적극적으로 참여하는 기업보다 특혜를 제공하지 않더라도 모든 기업이 불이익을 당하지 않기 위한 위험감소 동기로 사회공헌활동에 참여하게 만드는 제도적 환경을 조성할 수 있는 공적 권한 기반의 영향력을 갖기 때문이다 (Li et al., 2018; Rodriguez et al., 2006).

기업 외부의 이해관계자 중 정부의 상대적 영향력이 매우 강한 제도적 환경에서는 기업은 기부활동을 통해 정부관계자와의 사회적 친분 (social ties)을 형성할 수 있다 하더라도 사회적 친분을 통한 긴밀한 연계관계를 필요시 활용할 수 있는 경영자원으로 인식하기 보다는, 오히려 위험관리를 위해 의존도를 감소시켜야 할 불확실성으로 간주할 가능성이 커진다 (Siegel, 2007). 특히 한국시장의 경우는 정치인들이 기업에게 간접적으로 뇌물을 요구할 때 기부금의 형식을 활용하여 요구한 사례가 있다는 점에서 이와 같이 기부활동을 통한 정부관계자와의 사회적 친분 형성이 다른 기업보다 기부활동을 더 많이 하도록 기대하게 만드는 구속효과(binding effect)를 야기할 가능성이 있다 (Jeong & Siegel, 2018; Zhang et al., 2016).

이처럼 핵심 경영자원에 대한 정부의 강한 영향력 때문에 경쟁우위의 창출을 위해 해당기업이 기부활동을 자발적으로 결정할 수 있는 제도적 환경이 아니라면 기부활동의 순비용적 측면이 부각될 것이고 다국적기업 자회사와 현지국 기업 모두 기부활동을 최소화하고 싶은 경제적 유인이 작동할 수 있다 (Wang et al., 2008). 이러한 상황에서는 다국적기업과 현지국 기업의 중요한 입장 차이는 현지국 기업의 경우 정부의 영향력과 압력으로부터 완전하게 회피할 수 있는 사업적 유연성(operational flexibility)을 갖기 어렵다. 해외사업의 비중을 증가시킨다 하더라도 여전히 국내사업의 모든 자산은 현지국 정부의 영향력 하에 있기 때문이다 (Lee et al., 2010). 반면에, 다국적기업의 자회사는 극단적인 상황에서는 현지국에서의 사업을 중단하고 사업입지를 다른 현지국으로 이전(shift)할 수 있는 사업적 유연성을 가지고 있다 (Kogut & Kulatilaka, 1994). 이러한 사업입지 상의 유연성은 실제로 현지국에서 철수하지 않더라도 현지국 정부의 기부활동 압력에 대응하여 현지국 기업보다 소극적으로 참여할 수 있는 전략적 유연성을 제공할 수 있다. 이상의 논의를 바탕으로 다음과 같이 H1-1에 대한 대체가설을 도출한다.

**H1-2** 한국시장에서 다국적기업의 자회사는 한국기업보다 기부활동 (매출액대비 기부금 지출)을 더 적게 할 것이다.

### III. 연구설계 및 실증분석

#### 1. 표본설계 및 변수의 측정

본 논문의 실증분석을 위한 표본은 통계청에서 매년 시행하는 기업단위의 벤치마킹 서베이인 ‘기업활동조사’ 자료를 사용하였다. 기업활동조사 자료를 사용하는 경우의 장점은 통계법 41조의 의해 수행하는 국가지정통계에 해당하기 때문에 표본의 설계에 있어 산업 및 지역 등의 주요 기준을 적용한 대표성을 가지는 표본이라는 점이다. 또한, 설문자료 임에도 불구하고 해당 기업의 재무제표에 근거한 신뢰성 있는 자료로 간주된다. 예를 들어, 본 연구의 종속변수에 해당하는 기부금 지출은 손익계산서의 비용항목에 등장하는 자료이기 때문에 익명성이 보장되는 설문응답에서 영업기밀에 해당하는 비용항목을 응답하지 않을 가능성을 염려할 수도 있으나 국가지정통계에 해당하는 특수성으로 인해 비교적 민감한 기업 정보에 대해서도 응답률이 높아 기부금 항목도 비용항 편향 (non-response bias)의 위험을 감소시킬 수 있다. 또한, 기업체 고유번호에 의해 매년 시행되는 서베이 자료의 패널 구축이 가능하기 때문에, 특정연도의 횡단면 자료를 이용한 실증결과가 강건한 결과를 보이는지 확인하기 위한 강건성 점검 (robustness check)에도 유리하다고 볼 수 있다. 본 연구에서는 2016년도의 기업활동조사 자료를 활용하였다. 횡단면 자료 중 2016년을 선택한 주요 이유는 두 가지이다. 첫째, 실증분석에 통제변수로 사용된 일부 변수의 경우 2016년 조사부터 서베이에 포함되기 시작했다. 둘째, 2016년 말~2017년 초에 걸쳐 정부 유관기관에 대한 기업의 기부활동에 유의한 변화를 가져올 수 있는 외생적 변화 (대통령 탄핵 및 재벌총수의 구속 등)가 발생하였기 때문에 2016년은 강건성 점검이 필요한 경우 2017년과 비교하기에 효과적인 연도이다. 산업을 통제하기 위해 산업대분류 상 제조업에 해당하는 기업을 선정하여 다국적기업 자회사와의 비교를 위해 한국기업 중 자회사(모회사가 존재하는 기업)에 해당하는 사례를 제외하고 총 5,208개 기업을 본 연구의 표본으로 선정하였다. 표본 중 다국적기업의 자회사(해외 모회사의 지분율이 51% 이상인 경우)는 396개, 한국기업은 4,812개이다.

본 연구의 종속변수인 기부활동은 선행 연구를 참고하여 비율과 금액 두 가지 종류의 변수로 측정하였다 (Oh et al., 2018). 기부활동(비율)은 매출액 대비 기부금의 비율로 측정하였다. 또한 기부활동(금액)은 자연로그(기부금액+1)로 측정하였다.

독립변수인 외국기업 더미(foreign subsidiary)는 해당 기업이 다국적기업 자회사인 경우에는 1, 한국 기업인 경우에는 0인 이항변수로 측정하였다. 선행연구 중 외국인지분율을 기준으로 해당기업의 다국적성을 측정된 연구도 있으나 본 연구의 특성상 한국기업과 비교집단으로서의 다국적기업은 해외모기업이 경영권을 행사할 수 있는 자회사를 기준으로 구분하는 것이 더 효과적이므로 이항변수를 사용하였다 (박철형, 진규호, 2019; Getachew & Beamish, 2017).

**Table 1.** Operationalization of Variables

구분	변수	측정방법
종속변수	기부금	기부활동(비율) = (기부금/매출액)*100, 기부활동(금액) = ln(기부금+1)
독립변수	외국기업 더미	다국적기업 자회사=1, 한국기업=0
통제변수	기업 규모	ln(총자산)
	재무성과	(법인세 차감전 순이익/매출액)
	신규사업 진출	2016년도에 신규사업 진출=1, 아니면=0
	대표이사 성별	여성 대표이사=1, 남성 대표이사=0

실증분석을 위한 통제변수로는 다음과 같은 변수들을 포함하였다. 기업의 규모가 클수록 현지국의 이해관계자에게 더 가시적으로 노출되기 때문에 기부활동에도 더 적극적으로 참여할 것이라는 기대가 형성될 수 있다 (Udayasankar, 2008). 기업규모는 총자산의 자연로그 값으로 측정하였다. 또한, 선행연구에 따르면 기업의 재무적 성과는 기부활동의 결과변수가 될 수도 있지만 기존 재무성과가 기부활동에 영향을 줄 수도 있다. 기존의 재무성과가 CSR활동을 통한 기업의 평판(reputation) 향상 동기를 강화시킬 수 있기 때문이다 (Hammond & Slocum, 1996). 재무성과는 매출액 대비 법인세 차감전 순이익 비율로 측정하였다. 선행연구는 다각화를 시도하는 기업일수록 사회적 공헌활동에 더 적극적으로 참여할 것이라고 예측한다 (Xu & Liu, 2017). 신규사업진출은 해당연도인 2016년에 새로운 사업분야(line of business) 진출하였는지 여부를 이항변수로 측정하였다. 선행 연구에 따르면 경영진의 성별에 따라 사회공헌활동에 대한 참여의 정도는 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다 (McGuinness et al., 2017). 대표이사 성별은 2016년에 해당기업의 대표이사가 여성인 경우 1로 코딩하는 이항변수로 측정하였다.

## 2. 상관분석

Table 2는 종속변수를 매출액 대비 기부금의 백분율을 기준으로 한 변수들 간의 상관관계를 보여준다. Table 2에서 보는 바와 같이 설명변수로 사용되는 변수들 간의 상관관계는 대부분 통계적으로 유의하지 않아 공선성 문제가 크지 않을 것이라는 것을 예상할 수 있다. 종속변수와 설명변수와의 상관관계는 가설을 설정한 독립변수인 외국기업 더미가 종속변수와 유의한 음의 관계를 보여주며( $p < .0001$ ) 통제변수 중에서는 기업규모가 매우 강한 양의 상관관계를 보여준다는 것( $p < .001$ )을 확인할 수 있다.

상관관계 분석에서 흥미로운 점은 기업규모와 대표이사 성별은 유의한 음의 관계를 보여 대기업임에도 불구하고 여성이 대표이사를 담당하는 기업은 매출액 대비 기부금 지출비율이 다른 유형의 기업에 비해 높을 가능성이 있다는 점을 시사 한다는 점이다.

**Table 2. Descriptive Statistics and Correlations**

Variables	Mean	S.D.	1	2	3	4	5	6
1. Donation_ratio	.0582	.1919	1					
2. Foreign subsidiary	.0759	.2649	-.0608***	1				
3. Firm size	10.8072	1.2574	.0511***	.1176	1			
4. Financial performance	.0275	.3202	.0523***	.0307	.0592	1		
5. New LOB entry	.0219	.1466	-.0009	-.0135	.0511	-.0068	1	
6. CEO gender	.0332	.1792	.0440	-.0289	-.0648	-.0017	-.0060	1

Notes:  $p$ : \*\*\* $<0.001$ , \*\* $<0.01$  and \* $<0.05$ .

## 3. 실증분석 결과

가설의 검증을 위해 기부활동(금액)을 종속변수로 사용한 추정에 대해서는 최소자승법 회귀분석(이하 OLS)을, 기부활동(비율)을 종속변수로 사용한 추정에 대해서는 Tobit모형을 활용하여 분석하였다. Tobit 모형을 채택한 이유는 종속변수가 백분율처럼 하한과 상한으로 절단(truncation)이 발생하는 경우에는 Tobit모형이 OLS보다 더 효과적인 추정방법이 될 수 있기 때문이다 (Ando et al., 2008).

Table 3에서 기부활동(비율)을 종속변수로 사용한 OLS결과를 살펴보면 외국기업 더미변수는 통계적으로 매우 유의한 음의 결과를 보였다( $p < .001$ ). 즉, 한국기업에 비해 다국적기업의 자회사일수록 평균적으로

로 더 적은 기부금을 지출한 것이다. 이러한 결과는 본 연구에서 제시한 두 경쟁가설 중 H1-2를 지지하고, 결과적으로 전통적 견해(conventional wisdom)에 해당하는 H1-1을 기각하는 결과로 해석할 수 있다. 설명변수에 대한 VIF(variance inflating factor) 값은 모든 변수에 대해 2이하의 값을 보여 다중공선성 문제의 가능성은 미미하다고 해석할 수 있다.

**Table 3.** Result for the Relationship between Foreignness and Charitable Donation(Amount)

Classification	Standard Error	Standardized Coefficient (β)	t Value	Significance
Constant	.1987	-7.3633	-37.05 ***	.000
Foreign subsidiary	.0863	-.9373	-10.86 ***	.000
Firm size	.0183	.8554	46.66 ***	.000
Financial performance	.0709	.4832	6.81 ***	.000
New LOB entry	.1546	.1676	1.08	.278
CEO gender	.1269	.3376	2.66 **	.008

Notes: 1. Dependent Variable: Donation\_amount (n=5,208).  
 2. Model Summary: Adjusted R<sup>2</sup>=.3066, F-Value=461.37, Significance=.000.  
 3. p: \*\*\*<0.001, \*\*<0.01 and \*<0.05.

뿐만 아니라, Table 4에서 보는 바와 같이 기부활동(비율)을 종속변수로 한 Tobit 회귀모형의 추정결과에서도 외국기업 더미는 통계적으로 매우 유의한 결과를 보여(p <.001), 매출액 대비 기부금지출의 백분율을 종속변수로 한 Tobit모형에서도 대체가설은 H1-2를 지지하는 결과를 보여주었다.

**Table 4.** Result for the Relationship between Foreignness and Charitable Donation(Ratio)

Classification	Standard Error	Coefficient (β)	t Value	Significance
Constant	.0319	-.3550	-11.11 ***	.000
Foreign subsidiary	.0145	-.1042	-7.18 ***	.000
Firm size	.0029	.0321	11.00 ***	.000
Financial performance	.0122	.0648	5.30 ***	.000
New LOB entry	.0244	-.0002	-.01	.995
CEO gender	.0200	.0719	3.58 ***	.000

Notes: 1. Dependent Variable: Donation\_ratio (n=5,208).  
 2. Model Summary: Pseudo R<sup>2</sup>=.080, Log Likelihood(Chi-Square)=203.30, Significance=.000.  
 3. p: \*\*\*<0.001, \*\*<0.01 and \*<0.05.

#### 4. 사후적 분석 (Post-Hoc Analysis)

본 연구의 실증분석을 통해 발견된 결과가 얼마나 강건한지를 점검하기 위해 두 가지 사후적 분석을 실시하였다. 첫 번째 사후적 분석으로는 부패거리 (corruption distance)를 기준으로 한 국가 간 제도적 환경의 차이가 다국적기업 사회사의 기부행위에 유의한 결정요인이 되는 지를 추가로 분석하였다. 선행연구에 따르면 현지국에서 다국적기업이 인식하는 외국인비용의 정도는 모국과 현지국 간의 제도적 환경의

차이가 심할수록 더 클 것이라고 가정하기 때문에, 제도적 거리가 클수록 자선활동 참여할 필요성을 더 강하게 인식할 것이라고 주장한다 (Campbell et al., 2012). 다국적기업 자회사 간의 비교이므로 본 논문의 연구질문에는 직접적으로 해당하지 않으나 한국에 진출한 다국적기업의 모국의 제도적 환경에 의해 동일한 현지국인 한국에서의 기부활동 참여정도가 유의한 차이를 보이는지 분석하는 것은 중요한 시사점을 제공할 수 있다. 본 논문의 사후적 분석에서는 한국과 다국적기업의 모국간 ‘부패 거리’를 기준으로 제도적 환경의 차이를 분석하였다. 모국과 현지국간 부패거리가 멀수록 다국적기업은 현지국 정부관계자의 비공식적, 비강제적 기대와 요구에 순응할 가능성이 높기 때문이다(Cuervo-Cazzura et al., 2021). 부패거리의 측정에는 결측치를 최소화하기 위해 각국별 정부부패의 수준을 측정하는 서베이 중 가장 많은 국가를 대상으로 시행되어 온 Transparency International의 부패인식지수 (corruption perception index, 이하 CPI) 2016년 자료를 사용하였다.

Table 5에서 보는 바와 같이, 다국적기업 자회사 표본을 대상으로 한 Tobit모형 추정결과에 따르면 부패거리는 통계적으로 유의한 결과를 보이지 않았다. 추정결과에서 유일하게 유의한 결과를 보인 설명변수는 기업규모로 총자산 규모를 기준으로 한 사업규모가 큰 다국적기업 자회사일수록 다른 다국적기업 자회사에 비해 한국시장에서의 기부활동에 적극적으로 참여하는 것으로 나타났으며, 다국적기업의 모국의 차이에 따른 효과는 유의하지 않은 것으로 분석되었다.

**Table 5. Result for the Relationship between Corruption Distance and Charitable Donation(Ratio)**

Classification	Standard Error	Coefficient (β)	t Value	Significance
Constant	.0645	-.2820	-4.37 ***	.000
Corruption Distance	.0007	-.0008	-1.10	.273
Firm size	.0053	.0235	4.44 ***	.000
Financial performance	.0321	.0058	.18	.856
New LOB entry	.0498	.0050	.10	.920
CEO gender	.0509	.0418	.82	.411

Notes: 1. Dependent Variable: Donation\_ratio. (n=394)  
 2. Model Summary: Pseudo R<sup>2</sup>=-.2104, Log Likelihood(Chi-Square)=24.19, Significance=.0002.  
 3. p: \*\*\*<0.001, \*\*<0.01 and \*<0.05.

두 번째 사후적 분석으로는 기부행위에 영향을 미칠 수 있는 외생적 사건(exogenous event)이 발생하였을 때 해당 사건으로 인해 다국적기업 자회사의 기부성향에 유의한 변화가 발생하는지를 분석하였다. 본 논문의 실증분석 결과가 두 경쟁가설 중 대체가설인 H1-2를 지지하였다는 점을 고려하여 2016년 말~2017년초까지의 한국의 정치지형(political regime) 변화 이후에 다국적기업과 한국기업 간 기부행태의 차이에는 유의한 변화가 있었는지 추가적인 사후분석을 실시하고자 하였다. 다국적기업의 한국시장 진출은 본질상 내생성을 가진 전략적 선택이기는 하지만 본 논문의 표본에서는 이러한 내생성의 원인변수가 관찰되지 않는 한계점이 있어 내생적 효과를 분석하는데 일반적으로 사용하는 이중차분법(difference-in-difference)은 본 연구의 표본에는 적용하기가 어렵다. 이러한 제약조건 하에 차선의 방법으로 다국적기업 자회사와 한국기업 간의 집단 간 차이를 검정하는 t-test를 실시하였다. Table 6에서 보는 바와 같이 다국적기업 자회사 표본의 경우에는 2016년과 2017년 간 유의한 차이를 보이지 않았다. 즉, 2017년에 정치지형이 변화된 이후에 매출액 대비 기부금 지출의 비중을 줄이지는 않았다고 해석할 수 있다. 반면에, 한국기업 표본은 2017년 매출액 대비 기부금 지출 비율이 전년대비 유의한 감소를 보인다. 즉, 정치지형이 변화된 이후에 기부금 지출의 비중을 줄인 것으로 해석할 수 있다.



**Table 6.** Result for the group comparison

Classification	Donation_ratio_2017		Donation_ratio_2016		t Value	Significance
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
Foreign subsidiary	.0178	.0042	.0165	.0038	0.8376	.4028
Local firm	.0611	.0028	.0557	.0027	2.0170 *	.0438
Foreign subsidiary vs. Local firm (Difference: 2017-2016)	Mean (Difference)		S.D. (Difference)		-.44	.6599
	-.0041		.0092			

Notes: p: \*\*\*<0.001, \*\*<0.01 and \*<0.05.

본 연구의 추가분석에서의 주된 관심사는 2017년의 정치지형 변화로 인해 다국적기업 자회사와 한국기업 간 기부금 지출 비중의 격차에 유의한 변화가 발생하였는지 확인하는 것이다. Table 4에서 평균 차분값 (mean difference)은 -.0041%에 불과하여 두 집단 간 t-test 결과는 유의하지 않은 것으로 나타났다 ( $p = .6599$ ).

#### IV. 연구결과의 함의 및 한계점

본 연구는 한국시장에서 다국적기업의 자회사와 한국기업이라는 두 유형의 기업 중 어느 유형의 기업이 기부활동에 더 적극적으로 참여할 동기를 가지는지 선행연구에서 제시된 이론들의 바탕으로 대조적인 예측을 하는 두 개의 경쟁가설을 제시하고 한국시장의 경우 어느 가설이 더 설명력을 가지는지 확인하는 것을 주된 목적으로 설정하였다. 통계청이 실시한 기업활동조사의 2016년 자료를 활용하여 분석한 결과 다국적기업의 자회사는 평균적으로 한국기업보다 기부금의 액수 뿐 만 아니라 매출액 대비 기부금 지출의 비율을 기준으로도 더 적은 비중의 기부활동을 한 것으로 나타났다. 이러한 실증분석 결과는 다음과 같은 연구자 및 경영자들에게 다음과 같은 이론적, 실무적 함의를 제공할 수 있다.

첫째, 이론적 측면에서는 한국시장에 대한 분석 결과에서 보는 바와 같이 기부금 지출을 해당 기업의 이미지 향상에 기여할 수 있는 적극적인 CSR 투자의 일환으로 간주하기 보다는 정부를 비롯한 외부 이해관계자의 기대와 요구에 의한 소극적인 비용 부담으로 간주하게 되는 제도적 조건이 여러 국가에 해당된다면 기부금 지출을 전통적 CSR 활동으로 간주하는 관점은 기존의 이론적 예측에 대한 성립 요건 (boundary conditions)을 다시 고려해 볼 필요가 있을 것이다. 자원의존이론 관점에서 다국적기업의 기부활동을 CSR투자의 일환으로 간주하는 것은 기부활동을 통해 현지국 이해관계자에게 자신들의 이미지를 긍정적으로 각인시키고 이를 통해 경쟁우위의 창출이 가능할 것이라는 가정이 전제된다. 그러나 미국시장에 진출한 외국기업의 비시장 전략(nonmarket strategy)을 분석한 최근 연구에 따르면, 기업들이 외부 이해관계자 중 정부관계자를 핵심 경영자원 취득을 위해 가장 결정적인 의사결정자로 간주하는 경우 합법적 제도의 틀 안에 있는 다양한 기업의 사회공헌 활동들이 제도상의 취지와는 달리 정부관계자로부터 혜택을 받거나 또는 경쟁기업 대비 피해를 당하지 않기 위한 활동으로 변질될 가능성이 존재한다 (Kim & Siegel, 2020). 따라서 기업의 다양한 비시장 전략 중 CSR관련 활동과 정치적 전략 활동을 별개의 영역으로 간주하여 전략을 수립하기 보다는 통합된 관점에서 전략을 수립하고 실행해야 할 필요성이 대두된다. 이러한 시사점은 자원의존이론 문헌에도 통찰력을 제공할 수 있다. 다국적기업이 현지국에서 기부활동을 통해 경쟁우위를 창출할 가능성이 희박하다면 오히려 정부를 비롯한 현지국 이해관계자에 대한 의존도를 근본적으로 줄일 수 있는 불확실성 관리 차원에서 CSR 활동과 정치적 전략활동을 연계할 필요성이 커지기 때문이다.

둘째, 실무적 측면에서는 다국적기업 자회사의 경영자는 현지국의 이해관계자 입장에서 기부활동을 이해할 필요가 있다. 즉, 본사의 경영진이 모국의 제도적 환경을 기준으로 이해하는 기업의 기부활동 필요성은 현지국의 이해관계자가 이해하는 기업의 기부활동 필요성과는 그 특성이 다를 수 있다는 점을

진출을 결정하는 시점부터 미리 이해하고 이러한 현지국 환경에 적합한 전략적 선택을 미리 준비할 필요가 있다(Campbell et al., 2012; Kim & Siegel, 2021).

본 연구는 향후 후속연구를 통해 극복해야 할 다음과 같은 한계점을 갖고 있다. 첫째, 본 연구는 일종의 탐색적 연구에 해당한다. 비록 선행연구에서 현지국에 진출한 기업의 기부활동을 외국인비용을 감소시키기 위한 적극적 CSR 투자로 가정하기는 하였으나 이러한 가정이 적용되지 않을 수 있는 현지국도 상당히 있다는 점이 상반된 이론적 관점을 택한 연구자들에 의해 제기되고 있다. 이러한 점을 감안하여 본 논문은 두 경쟁가설 중 한국의 실정에는 어떠한 가설이 더 설명력이 높은지를 확인하는 탐색적 목적으로 연구를 실시하였다. 본 연구에서 경쟁가설 중 대체가설인 H1-2가 통계적으로 유의한 결과를 보였다고 해서 이러한 결과를 바탕으로 한국시장에서는 기업들이 일반적으로 (또는 해외시장에서 진출한 다국적기업의 경우에는 특히 더) 기부활동을 가능한 한 회피하고 싶은 비용지출 요인으로 인식하고 있다는 일률적인 해석을 하는 것은 합리적이지 않다. 향후 연구는 외국기업과 한국기업 간의 기부행위에 대한 유의한 차이의 원인이 어디에 있는지 보다 엄밀한 이론적 분석을 제시할 필요가 있다. 예를 들어 한국시장의 경우 다른 현지국에 비해 정부관계자의 핵심 경영자원에 대한 통제 영향력이 더 강한지 여부도 해당 자료의 수집 어려움 등 다양한 이유로 실증분석이 엄밀하게 이루어지지 않은 것이 현실이다. 둘째, 본 연구는 표본에 포함된 다국적기업들이 한국시장이 아닌 다른 시장에 진출할 수 있었음에도 불구하고 한국시장을 선택했다는 잠재적인 내생성 문제로 인한 표본 및 모형 설정상의 오류를 감소시키고자 실증결과의 해석과정에서 주의 하였으나 내생성의 문제를 완벽하게 배제하였다고 결론내리기는 어렵다. 따라서 본 연구를 통해 발견한 실증결과를 과도하게 일반화하여 해석하지 않도록 주의가 필요하다. 셋째, 기업의 기부금 지출이 기업의 자선활동을 대표하기는 하지만 기업의 자선활동에는 기부금 외에도 다양한 사회공헌 활동들이 있을 수 있다. 따라서 본 연구는 한국시장에서의 모든 자선활동에 대해 기업이 가장 민감하게 주목하는 이해관계자는 정부관계자라고 일반화 할 수는 없다는 지적을 피하기 어렵다. 향후 연구는 한국시장에서 이루어지는 CSR 활동 중 유독 기부활동에 대해 기업들이 준조세 의 특성을 가진다고 인식하는 것인지를 심층 분석할 필요가 있다.

## V. 결론

본 논문은 기업의 자선활동을 대표하는 것으로 선행연구에서 다루어진 기업의 기부활동에 대해 이를 다른 CSR 투자처럼 적극적인 사회공헌 활동으로 일반화 할 수 있을지 아니면 한국시장에서의 기업에 대한 광범위한 정부의 영향력과 사회공헌을 기대하는 규범적 요구에 의해 가능하다면 최소화하기 원하는 비용요인으로 인식하는지 여부를 가설검정이 필요한 실증적 질문으로 간주하여 경쟁가설 간 탐색적인 가설 검정을 시도 하였다. 본 연구에서 발견한 실증결과를 바탕으로 한국시장에 진출하는 다국적기업뿐만 아니라 한국과 제도적 환경의 차이가 현저한 현지국으로 진출해야 하는 한국기업에게도 의미있는 이론적, 실무적 함의가 도출 될 수 있다고 기대하며 향후 연구는 이를 바탕으로 보다 심층적인 연구질문을 발굴하고 이를 실증적으로 검증할 수 있는 자료의 수집이 필요할 것이다.

## References

- 고제경 이동기 조영곤. 2021. 해외자회사 현지 자선활동이 성과에 미치는 영향: 자회사의 부가가치활동 현지화의 조절효과를 중심으로. *경영컨설팅연구* 21(1), 121-134.
- 김광호 류용규 박병일. 2019. 문화, 이해관계자 압력 및 자선적 CSR: 중국 내 미국과 일본계 다국적기업 자회사에 대한 비교분석. *일본연구*, 79, 7-27.
- 김수정 김창수 박종훈 김장순. 2020. 한국기업 해외 자회사의 현지 CSR 정책 및 투자의 효과와 경로에 관한 연구. *국제경영연구*, 31(1), 1-30.

- 박병일 A.H. Caves. 2013. 다국적기업의 사회적 책임활동과 이해관계자 이론: Greenfield versus Brownfield. 국제경영리뷰, 17(1), 21-59.
- 박철형 진규호. 2019. 한국진출 다국적기업 자회사의 업력이 자선활동에 미치는 영향: 동태적 외국인 비용 관점. 전략경영연구, 22(3), 95-119.
- 이상민. 2002. 기업의 사회적 책임: 미국과 한국 기어브이 사회공헌활동 비교. 한국사회학, 36(2), 77-111.
- 이양복 김창수. 2016. 한국기업 해외자회사의 전략적 CSR 활동의 동인 및 성과에 관한 연구. 국제경영연구, 27(1), 83-110.
- Ando, N., D. K. Rhee and N. K. Park (2008), "Parent country nationals or local nationals for executive positions in foreign affiliates: An empirical study of Japanese affiliates in Korea", *Asia Pacific Journal of Management*, 25, 113-134.
- Barnett, M. L. and R. Salomon (2012), "Does it pay to be really good?: Addressing the shape of the relationship between social and financial performance", *Strategic Management Journal*, 33(11), 1304-1320.
- Brammer, S. J., S. Pavelin and L. A. Porter (2009), "Corporate charitable giving, multinational companies and countries of concern", *Journal of Management Studies*, 46(4), 575-596.
- Bucheli, M. and E. Salvaj (2018), "Political connections, the liability of foreignness, and legitimacy: A business historical analysis of multinationals' strategies in Chile", *Global Strategy Journal*, 8(3), 399-420.
- Campbell, J. T., L. Eden and S. R. Miller (2012), "Multinationals and corporate social responsibility in host countries: Does distance matter?" *Journal of International Business Studies*, 43(1), 84-106.
- Carroll, A. B. (2004), "Managing ethically with global stakeholders: A present and future challenge", *Academy of Management Executive*, 18(2), 114-120.
- Cuervo-Cazurra, A., M. Dieleman, P. Hirsch and S. B. Rodrigues (2021), "Multinationals' misbehavior", *Journal of World Business*, 56, 1-23.
- Getachew, Y. S. and P. W. Beamish (2017), "Foreign subsidiary exit from Africa: The effects of investment purpose diversity and orientation", *Global Strategy Journal*, 7(1), 58-82.
- Hammond, S.A. and J. W. Slocum (1996), "The impact of prior firm financial performance on subsequent corporate reputation", *Journal of Business Ethics*, 15, 159-165.
- Hymer, S. (1976), *The international operations of national firms: A study of direct investment*. Cambridge, MA. MIT Press.
- Jeong, Y. and J. I. Siegel (2018), "Threat of falling high status and corporate bribery: Evidence from the revealed accounting records of two South Korean presidents", *Strategic Management Journal*, 39, 1083-1111.
- Kim, J. H. and J. I. Siegel (2020), "Is U.S. formalized lobbying more about nefarious corruption of benign industry information provision?: Evidence from foreign firms lobbying in the U.S." Harvard Business School Working Paper.
- Kogut, B. and N. Kulatilaka (1994), "Operating flexibility, global manufacturing, and the option value of a multinational network", *Management Science*, 40(1), 123-139.
- Kostova, T. and S. Zaheer (1999), "Organizational legitimacy under conditions of complexity: The case of the multinational enterprise", *Academy of Management Review*, 24(1): 64-81.
- Lee, S.-H., K. Oh. and L. Eden (2010), "Why do firms bribe?: Insights from residual control theory into firms' exposure and vulnerability to corruption", *Management International Review*, 50, 775-796.
- McGuinness, P. B., J. P. Vieito and M. Wang (2017), "The role of board gender and foreign ownership in the CSR performance of Chinese listed firms", *Journal of Corporate Finance*, 42, 75-99.
- Mithani, M. A. (2017), "Liability of foreignness, natural disasters, and corporate philanthropy", *Journal of International Business Studies*, 48(8), 941-963.
- Oh, W.-Y., Y. K. Chang, G. Lee and J. Seo (2018), "Intragroup transactions, corporate governance, and corporate philanthropy in Korean business groups", *Journal of Business Ethics*, 153, 1031-1049.

- Pfeffer, J. and G. Salancik (1978), *The External Control of Organizations*. NY. Harper and Row.
- Rodriguez, P., D. S. Siegel, A. Hillman and L. Eden (2006), "Three lenses on the multinational enterprise: Politics, corruption, and corporate social responsibility", *Journal of International Business Studies*, 37, 733-746.
- Siegel, J. I. (2007), "Contingent political capital and international alliances: Evidence from South Korea", *Administrative Science Quarterly*, 52(4), 621-666.
- Udayasankar, K. (2008), "Corporate social responsibility and firm size", *Journal of Business Ethics*, 83, 167-175.
- Wang, H., J. Choi and J. Li (2008), "Too little or too much?: Untangling the relationship between corporate philanthropy and firm financial performance", *Organization Science*, 19(1), 143-159.
- Xu, S. and D. Liu (2017), "Corporate social responsibility and corporate diversification: Do diversified production firms invest more in CSR?", *Applied Economics Letters*, 24, 254-257.
- Zaheer, S. (1995), "Overcoming the liability of foreignness", *Academy of Management Journal*, 38(2), 341-363.
- Zhang, J., C. Marquis and K. Qiao (2016), "Do political connections buffer firms from or bind firms to the government?: A study of corporate charitable donations of Chinese firms", *Organization Science*, 27(5), 1307-1324.