

산림 탄소배출권 선호에 영향을 미치는 국내 기업의 특성에 관한 연구

A Study on the Firm characteristics affecting the selection on the preference over forest carbon credits

구자춘^{1*}, 노태우², 윤여창¹

(¹서울대학교 농업생명과학대학 산림과학부, ²서울대학교 경영대학)

요약

대한민국 정부는 기후변화에 효과적으로 대응하기 위하여 2015년부터 온실가스 배출권 거래제를 시행할 예정이다. 산림청은 배출원인 기업이 산림을 통해 흡수한 탄소량만큼 국가 온실가스 감축량으로 인정해주는 산림 탄소상쇄제도를 2010년부터 시범 운영하고 있다. 즉, 산림에서 발행된 탄소배출권, 이른 바 산림 탄소배출권을 상쇄 수단으로 활용한다는 것이다. 산림 탄소배출권이 향후 배출권 거래시장에서 원활하게 거래되도록 하기 위해서는 우리나라 기업의 산림 탄소배출권에 대한 선호를 사전에 분석할 필요가 있다.

기업의 환경 사업에 대한 태도 및 인식에 대한 연구는 CSR (Corporate Social Responsibility) 활동을 중심으로 진행되어 왔다. CSR 활동에의 참여가 소비자로서 하여금 기업을 긍정적으로 바라볼 수 있는 계기를 제공해주기 때문이다. 이러한 이유로 기존 연구들은 1)기업들의 CSR 활동이 과연 재무적 성과를 보전 혹은 개선하는가(Brammer and Millington, 2008 Branco and Rodrigues, 2006 Choi et al., 2010 Waddock and Graves, 1997 Wang et al., 2008), 2)기업은 어떤 CSR 활동을 해야 하는가(Carroll, 1979 Carroll, 1999 Carroll, 2001 McWilliams and Siegel, 2001), 3)CSR활동에 참여하는 것은 기업지배구조와 어떤 관계를 가지는가(Carroll, 1991 McGuire et al., 2003 Oh et al., 2011) 등에 집중되어 왔다. 반면, 기업이 환경 분야 CSR 활동에 참여하게 하는 선행요인(antecedents)에 대한 연구는 부족하였다. 선행요인을 찾기 위한 연구들도 대부분 시장에서 평가하는 지표(e.g. DJSI, KEJI)에 의존하여 현실과 이론 간의 괴리가 발생할 수밖에 없었다. 이에 착안하여 본 연구에서는 실질적으로 환경경영이나 CSR 활동을 전담하고 있는 기업 혹은 그러한 기업의 부서로부터 기업의 산림 탄소배출권 구입에 대한 명확한 의사를 수집하였고, 기업의 일반적인 특성 중 어떤 특성이 환경경영참여 의사에 미치는지를 분석하여 선행요인에 대한 시사점을 도출하고자 하였다.

매출액 기준 상위 200대 기업의 부장급 이상 책임자를 대상으로 2011년 10월부터 12월까지 면대면 설문조사를 실시하여, 총 70개 기업으로부터 유효한 응답을 얻었다. 전체의 50%(35개 기업)가 온실가스 감축계획을 이미 수립하였으며, 57%(40개 기업)이 산림 탄소배출권을 구입하겠다고 응답하였다. 산림 탄소배출권에 대한 기업의 선호에 영향을 미치는 주요 인자를 선별하고, 그 한계영향을 규명하기 위하여 로짓모형을 활용하였다. 기업의 온실가스 감축여부를 종속변수로 설정한 모형 1에서는 부채비율만이 5% 유의수준에서 통계적 유의성을 보였다 (표 1). 이는 높은 부채 비율이 기업의 감축계획 수립 의지를 떨어뜨린다는 것을 의미한다. 반면, 기업의 성장, 나이, 연령 등 기업의 주요 특성 모두 온실가스 감축계획 수립 여부에 유의한 영향을 미치지 않았다. 한편, 산림 탄소배출권 구입 여부를 종속변수로 설정한 모형 2에서는 지속가능경영원 가입 여부, 환경 CSR 실시 여부, 온실가스 감축계획 수립 여부가 5% 유의수준에서 통계적 유의성을 보였으며, 종업원 수와 목표관리제 대상 여부는 10% 유의수준에서 통계적 유의성을 나타냈다(표 2). 목표관리제 대상 여부, 환경 CSR 실시 여부, 온실가스 감축계획 수립 여부는 산림 탄소배출권 구매에 긍정적인 영향을 미치는 반면, 종업원 수와 지속가능경영원 가입 여부는 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 의의

는 기업의 산림 탄소배출권 구입이라는 특수한 형태의 환경 CSR 활동에 대한 의사를 직접 질문하여 선행요인을 규명하였다는 점과 이를 통하여 우선 접촉 대상이 될 수 있는 기업의 특성을 제시했다는 데에 있을 것이다.

표 30. 로짓모형 추정 결과 (모형 1)

	Coef.	z	P>z
성장성(ROA)	-2.59	-0.52	0.603
수명	-0.02	-1.08	0.280
종업원수	0.23	0.98	0.327
부채비율**	-3.27	-2.07	0.038
제조업	1.07	1.37	0.170
유통업	0.68	0.54	0.589
건설업	1.31	1.35	0.178
목표관리제	0.67	0.89	0.373
지속가능경영원	0.25	0.31	0.755
환경 CSR	-0.27	-0.4	0.687
산림 CSR	-0.44	-0.63	0.528
_cons	-0.32	-0.16	0.871

- 관측치_70
- Pseudo R2_0.083
- Log-likelihood_-44.492906
- Prob > chi2(11)_0.7084

※ 유의수준 : *** 1%, ** 5%, * 10%

표 31. 로짓모형 추정 결과 (모형 2)

	Coef.	z	P>z
성장성(ROA)	10.76	1.30	0.194
수명	0.01	0.46	0.649
종업원수*	-0.62	-1.72	0.085
부채비율	-0.68	-0.33	0.740
제조업	0.51	0.57	0.572
유통업	0.56	0.37	0.714
건설업	1.64	1.35	0.177
목표관리제*	2.20	1.87	0.062
지속가능경영원**	-2.71	-2.50	0.013
환경 CSR**	2.80	2.40	0.017
산림 CSR	0.19	0.25	0.802
감축계획 수립**	1.65	2.26	0.024
_cons	2.52	0.88	0.378

- 관측치_70
- Pseudo R2_0.3423
- Log-likelihood_-31.440527
- Prob > chi2(11)_0.0011

※ 유의수준 : *** 1%, ** 5%, * 10%

References

- Brammer S, Millington A. 2008. Does It Pay to Be Different? An Analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance, *Strategic Management Journal*, 29(12): 1325–1343.
- Branco MC, Rodrigues LL. 2006. Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives, *Journal of Business Ethics*, 69(2): 111–132.
- Carroll AB. 1979. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance, *The Academy of Management Review*, 4(4): 497–505.
- Carroll AB. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, *Business Horizons*, 34(4): 39–48.
- Carroll AB. 1999. Corporate Social Responsibility, *Business & Society*, 38(3): 268–295.
- Carroll CD. 2001. A Theory of the Consumption Function, with and without Liquidity Constraints, *The Journal of Economic Perspectives*, 15(3): 23–45.
- Choi J-S, Kwak Y-M, Choe C. 2010. Corporate social responsibility and corporate financial performance: Evidence from Korea, *Australian Journal of Management*, 35(3): 291–311.
- McGuire J, Dow S, Argheyd K. 2003. CEO Incentives and Corporate Social Performance, *Journal of Business Ethics*, 45(4): 341–359.
- McWilliams A, Siegel D. 2001. Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective, *The Academy of Management Review*, 26(1): 117–127.
- Oh W, Chang Y, Martynov A. 2011. The Effect of Ownership Structure on Corporate Social Responsibility: Empirical Evidence from Korea, *Journal of Business Ethics*, 104(2): 283–297.
- Porter ME, Kramer MR. 2002. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy, *Harvard Business Review*, 80(12):
- Porter ME, Kramer MR. 2006. Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, *Harvard Business Review*, 84(12): 78–92.
- Porter ME, Kramer MR. 2011. The Big Idea: Creating Shared Value, *Harvard Business Review*, 89(1/2): 62–77.
- Waddock SA, Graves SB. 1997. The Corporate Social Performance–Financial Performance Link, *Strategic Management Journal*, 18(4): 303–319.
- Wang H, Choi J, Li J. 2008. Too Little or Too Much? Untangling the Relationship between Corporate Philanthropy and Firm Financial Performance, *Organization Science*, 19(1): 143–159.