



2022 ISSUE PAPER 6

한국의 기업 기부 규모: 1980~2021년 DART 데이터 분석

장윤주 | 최희진

2022.12



아름다운재단
The Beautiful Foundation

이슈페이퍼 저자 프로필

장윤주

아름다운재단 연구사업팀

이화여자대학교 사회적경제학과 박사과정(수료)



- Sung-Ju Kim, Yoon-Joo Jang. (2022). The estimates of philanthropic behavior and attitude in South Korea: Methodological consideration, *Journal of Philanthropy and Marketing*. 27(4).
- 장윤주. (2022). 비영리조직 최고관리자 경험에 관한 연구. *시민사회와 NGO*, 20(1), 335-368.
- 장윤주, 장혜원, 박다윤.(2022). 블록체인 기반의 기부사례 및 활용 가능성 탐색: 가상화폐와 NFT를 중심으로. 아름다운재단.
- 김성주, 장윤주, 이예림. (2022). 한국의 기부방식 변화에 대한 연구. 아름다운재단.
- 전현경, 이영주, 장윤주, (2017). 국내 비영리조직 투명성에 관한 인식 조사, 아름다운재단.

최희진

연세대학교 사회복지대학원 석사과정



- 최희진. (2022). 다문화 청소년의 한국어 능력이 성취동기에 미치는 영향: 학업 적응을 매개로. *다문화교육연구*, 15(1), 1-20.
- 이경재, 송현주, 최희진. (2022). 고경력 중년 남성 퇴직자의 연령주의 경험에 대한 현상학적 탐구. *미래사회복지연구*, 13(1), 103-132.
- 유수정, 최희진, 송인한. (2021). 아동복지시설 종사자 대상 세계시민 교육 가이드라인 개발을 위한 연구. *한국융합학회논문지*, 12(5), 275-289.



목 차

1. 조사 개요	4
2. 자료 수집 및 분석 방법	5
3. 분석 결과	7
1) 연도별 기업 수와 총 기부금액	7
2) 매출액과 영업이익 대비 기부금액	9
3) 상위 50대 기업과 100대 기업의 기부금액	12
4) 기업기부 데이터별 비교	12
4. 결론 및 요약	18
참고문헌	23
별첨	23

1. 조사 개요

기업의 사회공헌활동은 사회의 구성원으로서 기업이 마땅히 해야 할 의무로 자리 잡고 있다(최운열, 이호선, 홍찬선, 2009). 기업 기부는 일반적으로 개인 기부에 비해 비교적 규모가 큰 액수로 이루어지기 때문에 강력한 영향력을 가지며, 기업가치 향상을 위한 미디어에서의 기업 기부 활동 홍보는 대중들에게 더 큰 파급력을 불러일으킨다(정가은, 2020). 기업 기부에 대한 전통적인 인식은 기부금 지출의 성격이 비용 지출에 해당한다는 관점에서(김영식, 위정범, 2019; 김창수, 2009; 권순용, 서대석, 심한택, 1997) 기업가치 제고, 경영성과 향상에 긍정적인 영향을 주는 등 선순환이 발생한다는 관점으로 변화되었다(김세영, 양동재, 2020; 이하진, 권기정, 2019; 정준수, 2019). 즉 기업 기부는 이윤 창출을 목적으로 하는 기업에게 단순한 비용 지출을 넘어서 투자로서의 성격도 지닌다. 최근에는 각 기업마다 특화된 사회공헌 활동을 운영하여 사회문제를 직접적으로 해결함으로써 민간을 넘어 공공의 필요를 충족하고 지속가능한 사회를 구축하는 데 기여하고 있다. 그러므로 기업 기부는 기부 주체인 기업과 기부 대상자, 더 나아가 사회 전반에 걸쳐 긍정적인 영향을 미치므로 중요하다.

국내에서 이루어진 기업 기부 관련 조사는 대표적으로 국세청의 ‘국세통계’와 전국경제인연합회(이하 전경련)의 ‘주요 기업의 사회적 가치 보고서’가 있다. 국세청에서 발표하는 국세통계는 ‘국세(관세 제외)에 관한 신고·결정·경정·조사·징수 등에 관한 통계’로 ‘조세정책의 수립 및 평가 등에 활용하기 위하여 과세정보를 분석·가공한 자료’이다(국세통계포털, 2022). 2022년 현재 ‘1. 총괄’부터 ‘15. 기타’까지 총 15개의 세목을 조사하며, ‘8. 법인세’ 통계는 전년도 신고된 법인별 과세정보를 기준으로 분석된다. 그 중 ‘8-3-14. 법인세 접대비·기부금 신고 현황’은 법인별(중소기업, 일반법인), 상장·비상장별, 업태별, 수입금액, 자산, 소득금액, 과세표준 규모별, 흑자법인 10분위별 접대비·기부금 신고 현황을 보고하고 있다. 해마다 세목, 통계표의 번호는 변경되며 국세통계포털에서 1998년 통계연보부터 데이터 확인이 가능하다. 국세기본법에 근거를 둔 국가 통계이기 때문에 수집된 정보의 양과 질 모두 신뢰도가 높다. 하지만 법정·특례 기부금, 지정기부금만 보고된다는 한계가 있으며, 개별 법인들의 기부금액은 확인할 수 없고 일정 범주에 따라 나뉜 법인들의 합계만 제시되고 있다는 한계가 있다.

한편 전경련은 ‘주요 기업의 사회적 가치 보고서’를 발간하여 주요 기업의 사회공헌활동을 분석 및 보고하고 있다. 이 보고서는 매출액 상위 500대 기업(상장 및 외감 기업)을 조사대상으로 하고, 2020년 기준 191개사가 사회공헌 지출 분석에 포함되었다. 조사는 구조화된 설문지를 이용한 방법과 기업별 외부공개자료 분석을 통해 이루어진다(전국경제인연합회, 2021). 표본의 수가 많지 않지만 매출액 상위 기업을 다루고 있으며, 회원사를 대상으로 한 설문으로 높은 응답률을 보이고 있기에, 적은 표본으로도 공신력 있는 데이터라는 인정을 받고 있다. 그러나 상위 기업들만 조사하는 특성상 국내 전체 기업의 사회공헌 비용 분포를 볼 수 없다는 한계를 지니고 있다. 또한 전경련은 기부금뿐만 아니라 기업 사회공헌 프로그램에 투입되는 비용 전체를 포함한 ‘사회공헌비용’을 조사하고 있기 때문에 ‘기부’에 초점을 맞추어 보기에는 제한점이 존재한다.

이렇듯 기존의 데이터만으로는 한국의 기업 기부 규모를 온전히 파악하는 데 한계가 있다. 이러한 단점

을 보완할 수 있는 데이터가 금융감독원(이하 금감원)이 운영하는 전자공시시스템(Data Analysis, Retrieval and Transfer System, 이하 DART)이다. DART는 상장법인 등이 공시서류를 인터넷으로 제출하고, 투자자 등 이용자는 제출 즉시 인터넷을 통해 조회할 수 있도록 하는 종합적 기업공시 시스템이다. 기부와 관련해서는 1980년부터 현재까지의 기업별 기부금액 등을 확인할 수 있다. 앞서 제시된 데이터와 비교했을 때 조사 기간이 가장 길고, 상장법인 및 외부감사대상법인 전체를 다루고 있어 조사 범위가 광범위하다. 특히 개별 기업들의 구체적인 데이터를 살펴볼 수 있어서 보다 정교한 분석이 가능하다. DART의 기부금 조사는 각 기업이 공시자료로 제출한 감사보고서 중 '기부금'을 측정하는 것이기 때문에 기업의 기부금 규모를 정확히 파악할 수 있다는 장점이 있다. 따라서 DART는 기존 데이터 분석의 한계를 보완하고 새로운 분석을 시도할 수 있다는 점에서 한국 기업 기부 규모에 관한 연구를 진행하기에 적합하므로 본 연구에서는 DART를 분석 대상으로 설정하였다.

본 조사는 연도별 기업 수, 매출액, 영업이익과 기부금을 살펴봄으로써 한국 기업 기부 규모에 관한 총체적인 통찰을 얻는 데 목적이 있다. 이를 위해 DART에서 제공한 1980~2021 공시자료를 조사 목적에 따라 분석할 것이다. 더불어 국세통계, 전경련 데이터와 비교하여 데이터 간 유사점과 차이점도 살펴보고자 한다.

2. 자료 수집 및 분석 방법

- 분석대상: 금감원 DART에서 발표한 1980~2021 상장법인 등의 매출액, 영업이익, 기부금 데이터. 기존 데이터와 비교할 때는 국세통계, 전경련 데이터 사용. 같은 시기 비교를 위해 세 데이터 모두 존재하는 2020년 수집 데이터를 사용
- 분석 방법: 연도별 총 기업 수와 기부금을 지출한 기업 수 비교, 시기별 주요 사건을 고려한 매출액과 영업이익 대비 기부금액 비교, 전체 기부금 대비 상위 50대 기업과 100대 기업의 기부금 비중 분석

3. 분석 결과

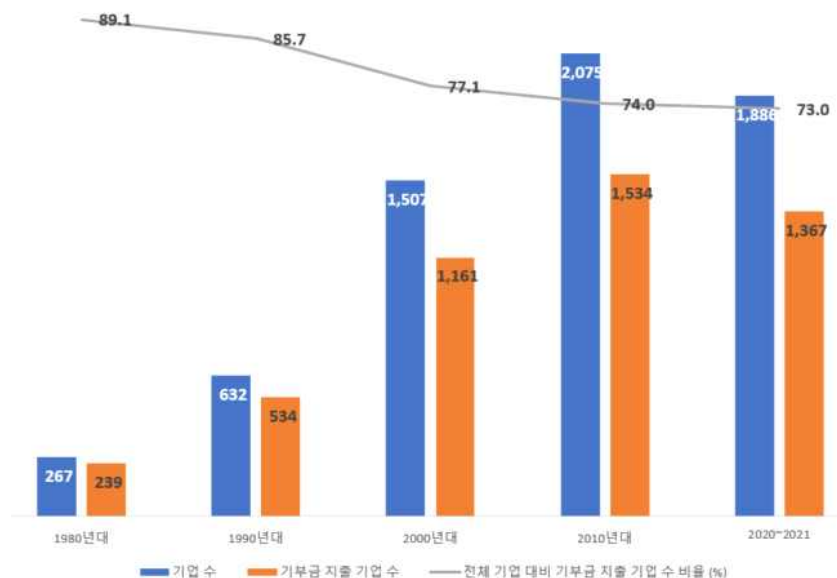
1) 연도별 기업 수와 총 기부금액

총 기업 수는 1980년대 평균 267개에서 1990년대 632개, 2000년대 1,507개, 2010년대 2,075개로 급격한 증가 추세를 보였다. 기업 수는 계속 증가하다가 2020년에 2,318개로 가장 높게 나타났으나 코로나19 사태로 인해 경제 상황이 악화된 2021년에는 1,453개로 감소하였다.

기부금을 지출한 기업의 수도 1980년대 평균 239개에서 1990년대 534개, 2000년대 1,161개, 2010년대 1,534개로 꾸준히 증가한 것으로 나타났다. 그러나 2020년부터 감소하기 시작했고, 전체 기업 수와 마찬가지로 코로나19 사태의 타격으로 인해 2021년 1,095개로 전년도보다 544개 기업이 감소하였다.

시간이 지날수록 총 기업 수와 기부금을 지출한 기업 수가 증가한 것과 달리, 총 기업 수 대비 기부금을 지출한 기업 수의 비중은 점차 줄어들고 있다. 전체 기업 중 기부금을 낸 기업의 비중은 1980년대 평균 89.1%에서 1990년대 85.7%, 2000년대 77.1%, 2010년대 74.0%로 꾸준히 감소하였다. 다만 2021년(75.4%)은 2020년(70.7%)에 비해 증가하였는데, 이는 기부금을 지출한 기업 수보다 총 기업 수의 감소폭이 더 컸기 때문이라고 볼 수 있다.

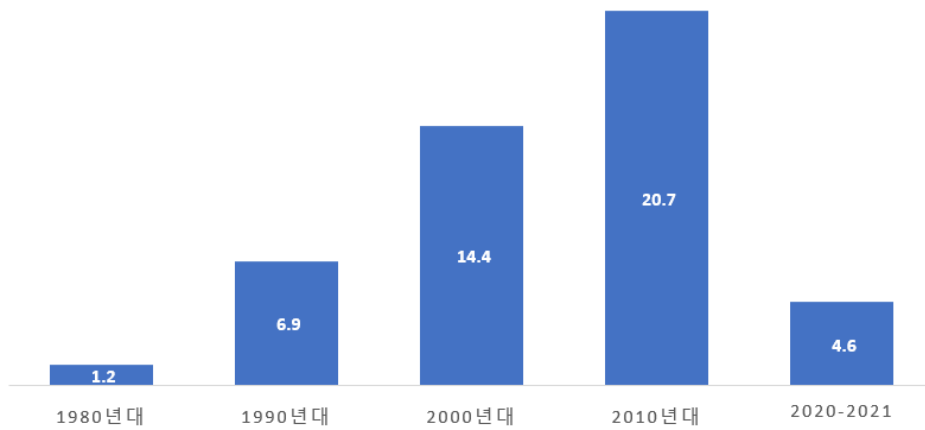
<그림1. 연도별 기업 수 대비 기부금 지출 기업 비율>



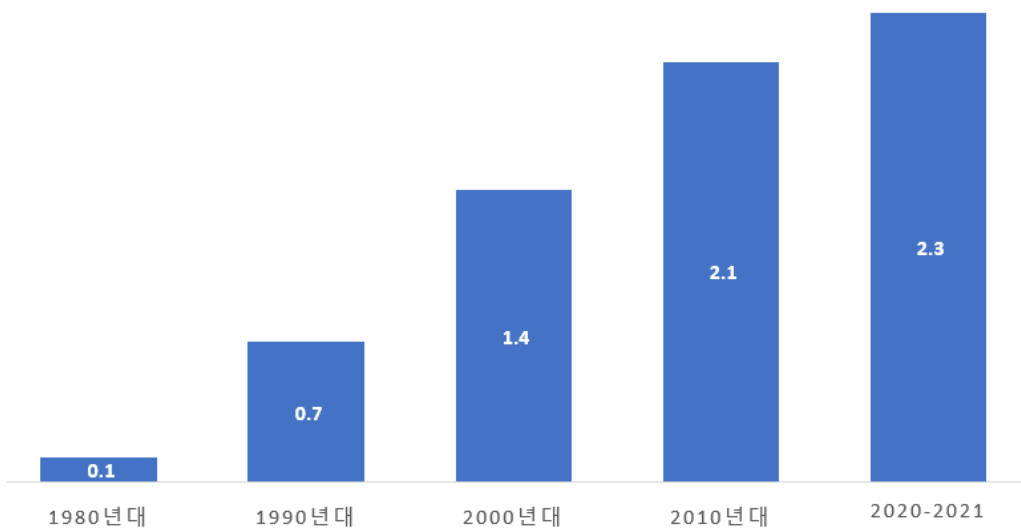
한편 총기부금은 1980년 7억 4백만 원 이후 대체로 증가하고 있다. 그러나 IMF 외환위기를 겪은 1997년에는 전년도 9,400억 2백만 원에서 5,711억 5천 2백만 원으로 하락하였다. 이후에는 다시 꾸준한 증가 추세를 보이고 있다. 2021년 현재 전체 기부금은 2조 1,889억 4천만 원으로 나타났다.

<그림2. 연대별 기업의 총 기부금액>

(단위: 조 원)



<그림3. 연대별 기업의 평균 기부금액>

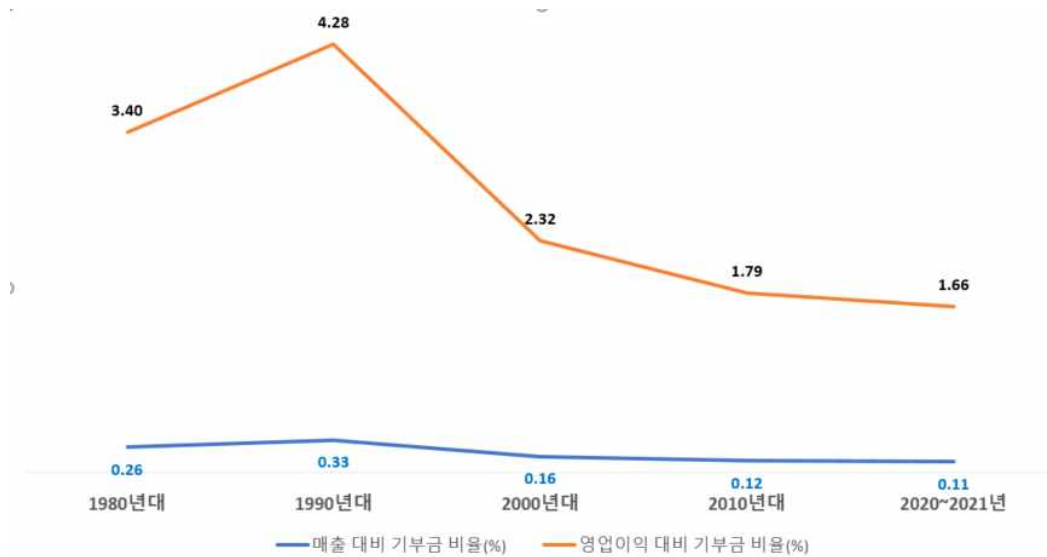


2) 매출액과 영업이익 대비 기부금액

1980년~2021년 조사기간 동안 기부금을 지출한 기업의 매출액 대비 기부금 비율 평균은 0.2%이다. 같은 시기 영업이익 대비 기부금 비율 평균은 2.7%이다.

연대별로 살펴보면 매출액 대비 기부금 비율은 1980년대 0.26%에서 1990년대 0.33%로 증가하였다. 그러나 2000년대에 들어서면서 0.16%, 2010년대 0.12%로 이전보다 절반에도 못 미치는 수치로 감소하였다. 2020년대에도 2020년 0.10%로 나타나 2000년대 이전의 비율을 회복하지 못하고 있는 상황이다.

〈그림4. 연대별 매출액과 영업이익 대비 기부금액〉



영업이익 대비 기부금 비율도 마찬가지로이다. 기부금을 낸 기업의 영업이익 대비 기부금 비율은 1980년대 3.40%에서 1990년대 4.28%로 증가했으나 2000년대 2.32%, 2010년대 1.79%로 감소하였다. 2020년대에도 1.66%로 2000년대 이전에 비해 절반에도 미치지 못하는 실정이다.

2000년대 이후 매출액과 영업이익 대비 기부금 비중이 급격히 낮아진 원인은 1997년 발생한 IMF 외환 위기에서 찾을 수 있다. IMF 외환 위기 동안 국내 경제는 심각한 위기를 맞이하였고 이는 기부 규모에도 영향을 미쳤다. 실제로 1996년 0.32%로 나타난 매출액 대비 기부금 비율은 1997년 0.17%로 급락했고, 영업이익 대비 기부금은 1996년 5.40%에서 1997년 2.57%로 1년 사이에 절반도 안 되는 수치를 기록하였다.

IMF 외환위기 이후 2000년대 초반에 다시 상승하던 기부금 비율은 2008 리먼 브라더스 사태 이후로 다시 감소하였다. 2006년 0.18%이던 매출액 대비 기부금 비율은 리먼 브라더스 사태가 2008년 9월 촉

발된 이후인 2009년 0.12%로 하락하였다. 특히 2006년 2.88%인 영업이익 대비 기부금 비율은 2009년 2.06%, 2010년 1.57%까지 떨어진 것으로 나타났다.

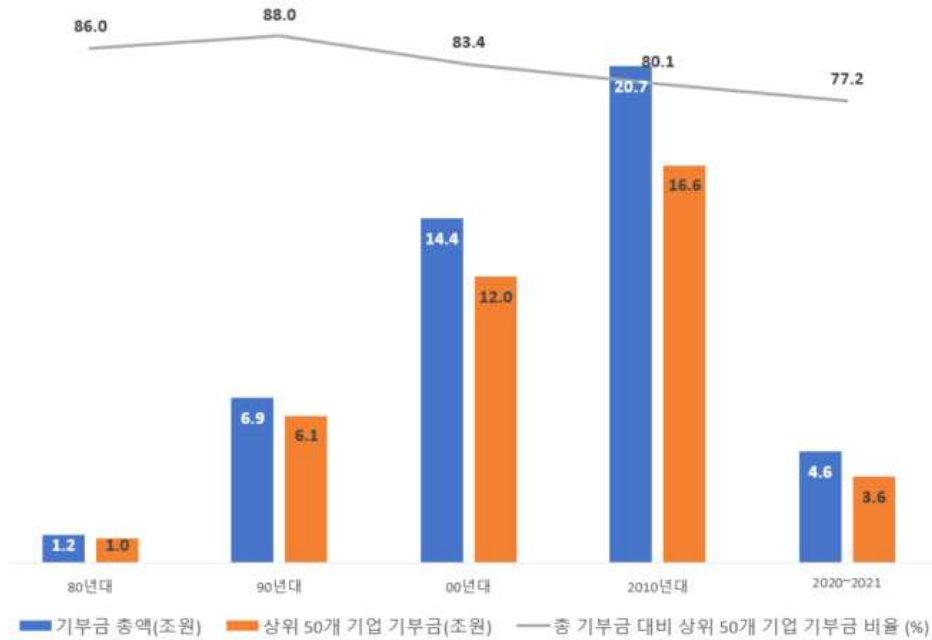
2020년에는 코로나19 팬데믹으로 인한 경제 위기가 발생했다. 이로 인해 앞서 본 바와 같이 기업 수 자체에도 큰 변화가 있었을 뿐만 아니라 기부금 비율에도 변동이 발생했다. 영업이익 대비 기부금 비율은 2020년 2.17%에서 2021년 1.15%로 전체 조사 기간 중 가장 낮은 수치를 보였다. 매출액 대비 기부금 비율은 2020년 0.12%에서 2021년 0.10%로 소폭 하락하였다.

이처럼 경제상황에 큰 변화를 일으킨 사건이 발생함에 따라서 매출액 대비 기부금 비율과 영업이익 대비 기부금 비율은 대체로 같은 방향으로 함께 변동하였다. 다만 영업이익 대비 기부금 비율이 매출액 대비 기부금 비율보다 변동 폭이 큰 것으로 나타났다. 그 이유는 매출액과 영업이익의 개념 차이에서 기인한다. 매출액은 '상품의 판매 또는 서비스의 제공에 대한 수입금액'으로 제조 및 판매와 직접 관계가 없는 영업 외 손익도 포함되어 있다. 반면 영업이익은 '기업의 주된 영업활동에서 생긴 매출총이익에서 판매비와 일반관리비를 차감하고 남은 액'을 뜻하여 영업활동만의 성과를 나타낸다. 그러므로 외부 경제 상황에 의해 직접적인 영향을 받는 영업이익 대비 기부금 비율이 매출액 대비 기부금 비율보다 변동이 클 수밖에 없다.

3) 상위 50대 기업과 100대 기업의 기부금액

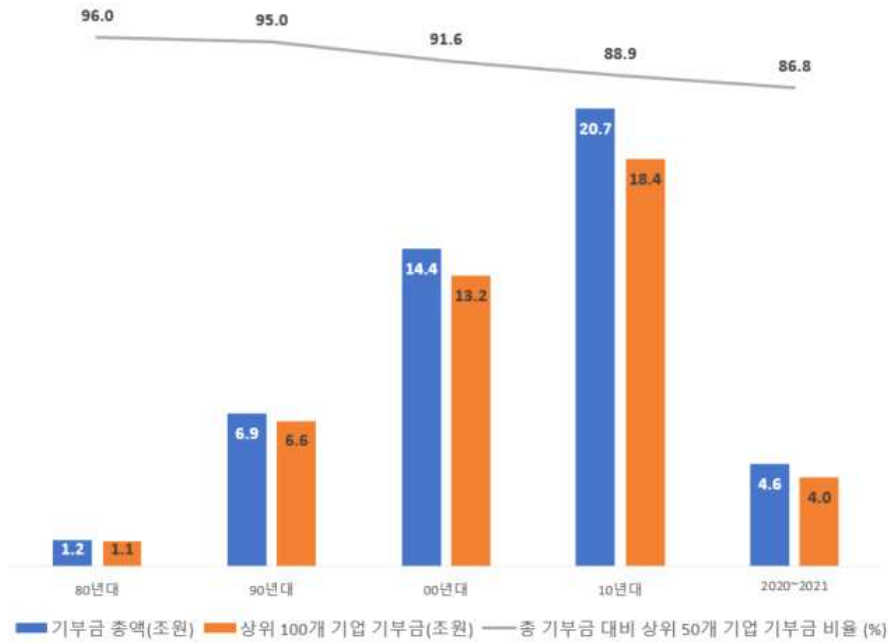
전체 기업 기부금 대비 상위 50개 기업 기부금은 1980년~2021년 조사기간 동안 평균 82.1%로 나타났다. 2002년부터 기부금 낸 기업의 수는 해마다 1,000개 이상으로 집계되었는데도 기부금액 기준으로는 상위 50개 기업이 전체의 80%에 육박한 것이다. 연대별로 살펴보면 1980년대는 평균 86.0%, 1990년대 88.0%로 증가하였으나 2000년대 83.4%, 2010년대 80.1%로 감소하였다. 2020년대에 들어와서는 2020년(77.7%), 2021년(76.6%)로 두 해 모두 80%가 채 되지 않는 것으로 나타났다. 2021년 기준 상위 50대 기업의 기부금은 1조6,768억4천5백만 원이다.

<그림5. 상위 50대 기업 기부금 비율>

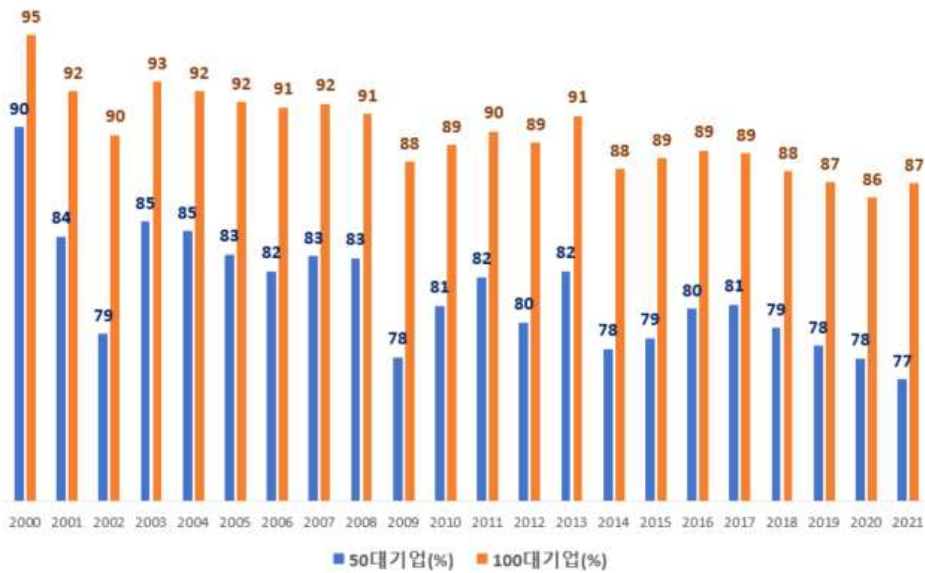


상위 100개 기업의 기부금이 전체 기부금에서 차지하는 비율은 절대적이다. 1980년~2021년 상위 100개 기업의 전체 기부금 대비 비중은 평균 90.6%에 달했다. 특히 1980년대에는 전체 기부금 대비 상위 100대 기업의 기부금 비율이 96.0%로 그 외 기업에 비하여 압도적이었다. 그러나 전체 기부금 대비 상위 50개 기업의 기부금 비중이 1990년대까지 상승하다가 2000년대부터 하락한 것과 달리, 상위 100대 기업의 기부금이 전체 기부금에서 차지하는 비율은 1990년대 95.0%, 2000년대 91.6%로 계속해서 하락하였다. 2010년대부터는 88.9%로 나타나 90% 선을 밀도는 것으로 분석되었으며 2020년대에 도 2020년 86.4%, 2021년 87.2%로 동일한 양상이 지속되었다. 2021년 현재 상위 100대 기업의 기부금은 1조 9,095억 1천 3백만 원으로 집계되었다.

<그림6. 상위 100대 기업 기부금 비율>



<그림7. 연도별 상위 50대와 100대 기업의 기부금 비율>



4) 기업 기부 데이터별 비교

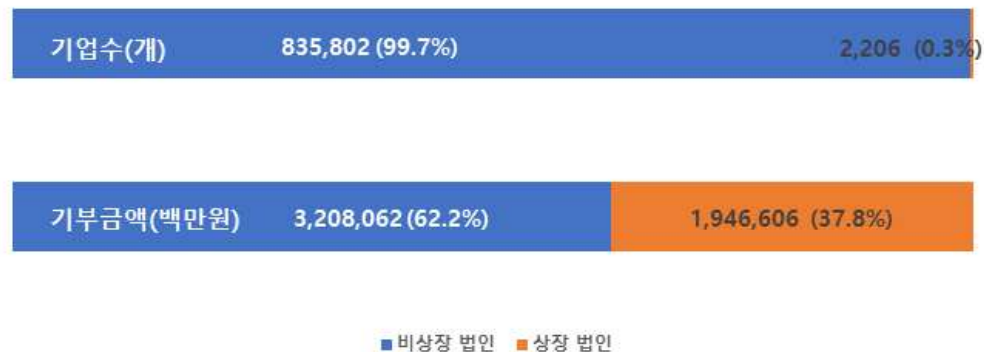
‘기업 기부’라는 같은 주제를 다루더라도 각 데이터마다 조사 대상, 조사 방법이 다르므로 데이터별 기부 현황에서도 차이가 나타난다. 본 글에서는 기업 기부에 관련된 기존 데이터인 국세청의 ‘국세통계’와 전경련의 ‘주요 기업의 사회적 가치 보고서’와 본 보고서가 분석한 금감원의 DART를 비교 분석하고자 하

였다. 정확한 비교를 위하여 세 데이터가 모두 존재하는 가장 최근 시점인 2020년 자료를 선정하였다.

분석 전 각 데이터의 자료수집 및 조사 방법의 차이를 살펴볼 필요가 있다. 국세통계는 법인을 상장·비상장으로 구분하여 본 보고서에서는 상장법인만을 분석에 포함시킨 것과 달리 DART는 상장법인이 포함된 외부감사대상법인 전체를 대상으로 조사하였다. 이로 인해 국세통계와 DART 간의 기업 수 차이가 일부 발생한다. 구체적으로 2020년 기준 국세통계에서 조사된 기업은 2,206개로 DART의 2,318개보다 112개 적다. 전경련의 자료는 상장 및 외부감사대상 기업 중 매출액 상위 500대 기업을 대상으로 하고 그 중에서도 사회공헌비용을 공개한 191개사만을 분석 대상에 포함시켰기 때문에 국세통계, DART와는 기업 수 측면에서 큰 차이가 있다. 또한 국세청에서는 기부금을 법정·특례기부금, 지정기부금만 다루는 반면 DART는 기업에서 공시한 전체 기부금을 다루고 있고 전경련은 기업의 모든 사회공헌 비용을 총괄한다. 그래서 데이터별 기업 기부금액에도 차이가 있다.

국세통계에 따르면 2020년 기준 전체 기업 838,008개 중 상장기업은 2,206개로 0.3%를 차지한다. 총기부금은 5조 1,546억 6천 8백만 원이며, 상장기업의 기부금은 1조 9,466억 6백만 원(37.8%), 비상장기업은 3조 2,081억 원(62.6%)이다(국세청, 2021). 분석 결과 상장법인의 수가 99.3%를 차지함에도 불구하고 0.3%의 상장기업이 총 기부금액의 37.8%를 지출하고 있는 것으로 나타났다. 기업당 평균 기부금액은 620만 원, 상장 기업 평균 기부금액은 8억 8천만 원, 비상장 기업은 380만 원이다.

〈그림8. 상장기업의 기부금 지출 비율: 국세통계〉



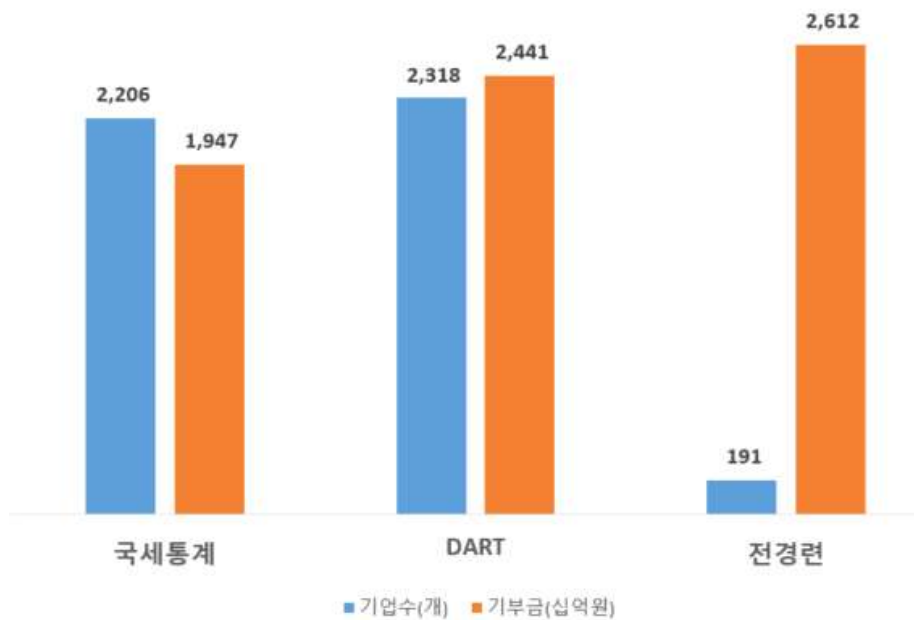
한편 DART에서는 2020년 기준 2,318개의 기업이 조사되었고 그중 1,639개 기업(70.7%)이 기부금을 지출하였다. 공시기업들의 기부금 총액은 2조 4,407억 3천 2백만 원이다(금융감독원, 2021).

전경련의 보고에 따르면 주요 기업 191개사가 2020년 한 해 동안 지출한 사회공헌비용 총 규모는 2조 6,122억 7천 8백만 원으로 조사되었다(전국경제인연합회, 2021).

국세통계, DART, 전경련 각각의 데이터가 조사한 기업 수와 기부금액을 그래프로 나타내면 다음과 같다. 외부감사대상법인을 대상으로 한 DART가 2,318개로 가장 많고 상장법인만을 대상으로 한 국세통계가 2,206개, 매출액 상위 500대 기업 중 사회공헌비용 설문에 응답한 191개사를 대상으로 한 전경련이 뒤를 이었다. 이렇게 국세통계, DART와 전경련의 조사 대상 기업 수는 각각 2,015개, 191개로 큰 차이

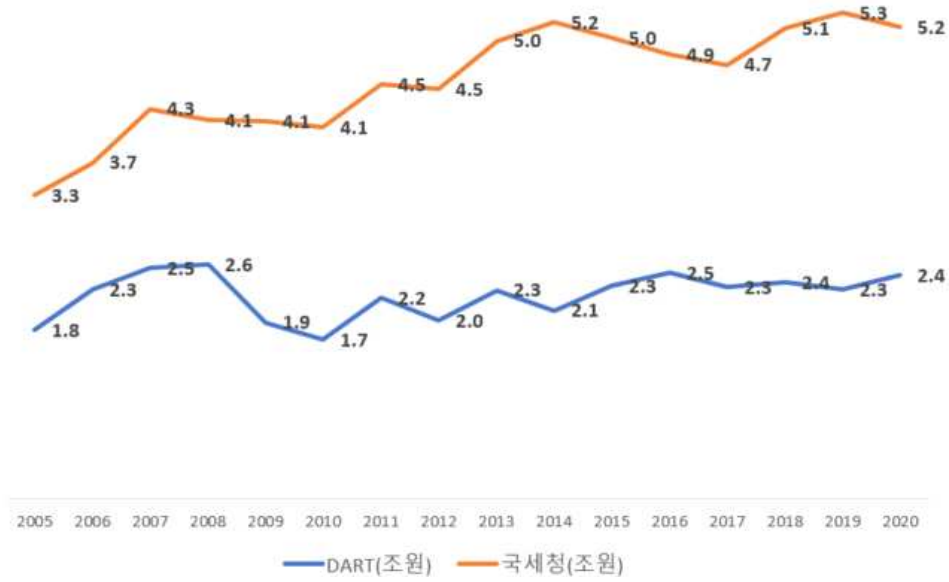
가 나는 반면 기부금은 전경련 조사에서 2조 6,122억 7,779만 원으로 가장 높게 나타났다. 전경련은 기부금 외 사회공헌 프로그램 운영 시 드는 비용도 포함되는 사회공헌비용을 측정했기 때문에 기부금만을 측정한 국세통계와 DART보다 개별 기업당 측정되는 금액이 크다고 볼 수 있다. 그러나 이를 감안해도 191개사를 측정한 전경련 보고가 2,000개 이상의 기업을 조사한 국세통계와, DART보다 더 큰 수치를 보이는 것은 전체 기부금 중 매출액 상위 기업의 기부금이 높은 비중을 차지함을 보여준다. 한편으로는 기부 처리가 되지 않은 사회공헌금액이 상당하다고 해석할 수 있다.

〈그림9. 국세청, DART, 전경련의 상장기업 기부금〉

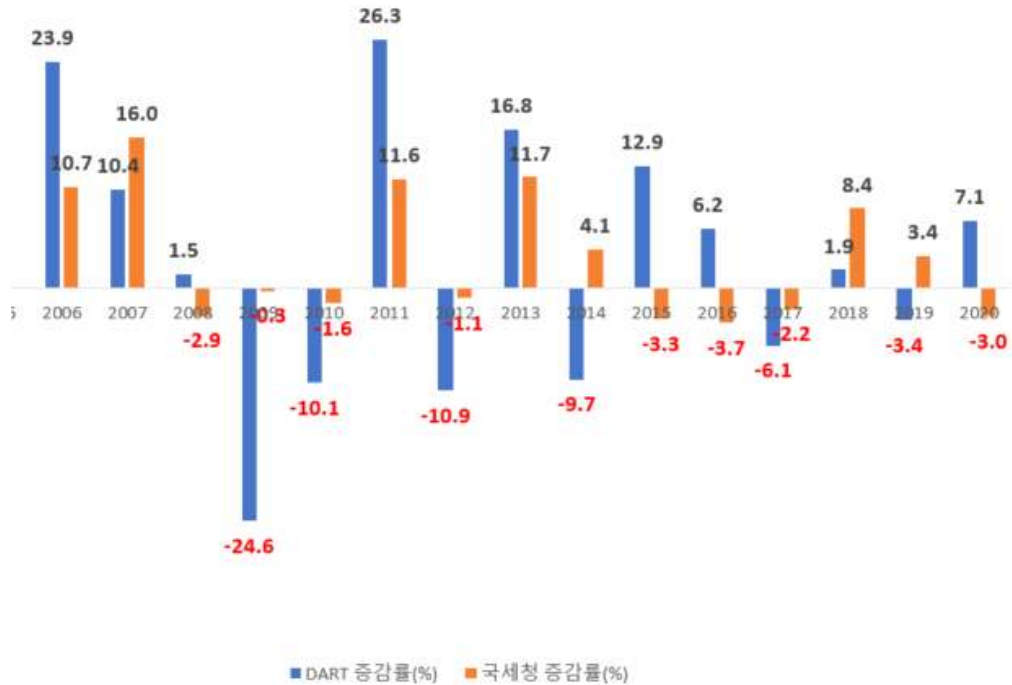


인플레이션을 적용한 기업 기부 총액은 다음과 같다. 국세청 통계에 따르면, 2020년 기업 총 기부금액은 5조 2천억 원으로 2019년 5조 3천억 원 대비 다소 감소하였다. 반면 DART에서는 2019년 2조 3천억 원에서 2조 4천억 원으로 기부금 지출이 늘었다. 국세청 데이터는 총 기부금액이 전반적으로 상승하는 경향을 보이는 가운데, 경제위기가 있었던 2008~2010년 뚜렷한 정체를 겪었는데, 이는 DART의 데이터와 동일한 결과이다. 국세청 데이터에서는 2014년~2017년 하락 추이를 보이지만 DART에서는 약간의 상승 경향이 나타난다.

<그림9. 국세청과 DART의 기업 기부 총액 추이: 2020년 기준 인플레이션 적용>



<그림10. 국세청과 DART의 기업 기부총액 전년대비 증감률: 2020년 기준 인플레이션 적용>



4. 결론 및 요약

본 보고서에서는 국세청 공시, 전경련 주요 기업의 사회적 가치 보고서, 그리고 DART의 데이터로 국내 기업기부 규모를 분석해 보았다. 각 데이터는 다음과 같은 장점과 한계를 가지고 있다. 국세청 공시 자료는 신뢰성이 높으나 상장기업과 비상장기업의 총액만 알 수 있다. 전경련 보고서는 가장 광범위한 조사 문항을 보유하고 있어 기업기부와 사회공헌 활동에 관해 자세한 정보를 알 수 있으나 회원사만을 대상으로 하기에 샘플수가 제한적이라는 한계가 있다. DART는 기업의 상세한 재무정보를 보유하고 있기에 매출, 영업이익 등의 정보와 기부금의 관계를 함께 분석할 수 있으며 기업 식별 또한 가능하나 비상장 기업의 정보는 포함하지 않는다.

이런 이유로 1980년부터 약 40년간의 시계열 분석을 위해 DART를 활용한 분석 결과는 다음과 같다.

- 총 기업 수와 기부금 지출 기업 수는 꾸준히 증가하나 그 추이는 둔화되고 있다.
- 연대별로 분석해 보면, 매출액 대비 기부금과 영업이익 대비 기부금은 꾸준히 감소하고 있다.
- 지난 40년 동안의 매출액 대비 기부금 평균 비율은 0.2%, 영업이익 대비 기부금 비율은 2.4%이다.
- 상위 100대 기업이 차지하는 비율이 86.8%로 매우 높으나, 그 비율이 시간이 지남에 따라 점점 낮아지고 있는 추이는 기업의 기부 참여 저변이 넓어지고 있다는 의미로 해석할 수 있다.
- 기부금과의 관계는 기업 매출액보다 영업이익이 상관이 높다.

본 보고는 1980년부터 2021년까지 약 40년간 기부금 총액의 변화 추이와 매출 및 영업이익 대비 비율, 그리고 주요 100대 기업과 50대 기업의 기부금 비율을 분석하여 그동안 시도되지 않았던 광범위한 시계열 자료를 제공한 것에 의미가 있다. 간단한 기술통계 분석이지만 국내 기업 기부의 규모와 변화 추이를 쉽게 이해할 수 있는 자료로 활용되기를 바란다. 향후 다양한 기업 재무 지표와 기업 기부 간의 관계가 통계분석 되었으면 한다. 또한 연도별 또는 연대별로 기부를 하는 기업의 성격과 구성이 어떻게 변화하였는지 살펴보는 것도 향후 흥미로운 분석 주제가 될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 권순용, 서대석, 심한택. (1997). 기업의 기부금지출행태에 관한 실증연구. *세무학연구*, -(9), 361-386.
- 김세영, 양동재. (2020). 기부금의 지속성이 기업가치에 미치는 영향. *회계정보연구*, 38(4), 135-159.
- 김영식, 위정범. (2019). 기업의 기부금 결정요인과 기업가치. *금융연구*, 33(1), 35-68.
- 김창수. (2009). 기업의 사회적 책임 활동과 기업가치. *한국증권학회지*, 38(4), 507-545.
- 이하진, 권기정. (2019). 기업 이미지 제고를 위한 비용이 경영성과와 기업가치에 미치는 영향. *세무회계연구*, 59, 41-64.
- 정가은. (2020). 기부 관련 보도가 기부 인식과 참여 의향에 미치는 영향 (국내박사학위논문). 한양대학교 대학원, 서울.
- 정준수. (2019). 기업이 선호하는 사회적 책임 이행방식에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 장애인 고용을 중심으로. *비판사회정책*, -(65), 75-119.
- 최운열, 이호선, 홍찬선. (2009). 기업의 사회공헌활동이 기업가치에 미치는 영향. *경영학연구*, 38(2), 407-432.



별첨

- 연도별 기업수 대비 기부금 지출 기업 수
- 연도별 매출액 대비 기부금과 영업이익 대비 기부금
- 50대 기업과 100대 기업의 기부금 비중



연도별 기업수 대비 기부금 지출 기업 수

연도	기업 수	기부금 지출 기업수	기부금 지출 기업 수 비율(%)
1980	13	11	85
1981	175	155	89
1982	176	159	90
1983	181	162	90
1984	201	182	91
1985	321	285	89
1986	375	333	89
1987	389	352	90
1988	406	362	89
1989	431	387	90
1990	443	399	90
1991	447	404	90
1992	450	398	88
1993	460	407	88
1994	485	431	89
1995	684	580	85
1996	684	584	85
1997	742	598	81
1998	879	710	81
1999	1,044	825	79
2000	1,190	924	78
2001	1,281	994	78
2002	1,370	1,111	81
2003	1,402	1,094	78
2004	1,483	1,094	74
2005	1,545	1,165	75
2006	1,611	1,221	76
2007	1,700	1,313	77
2008	1,724	1,331	77
2009	1,761	1,365	78
2010	1,824	1,333	73
2011	1,878	1,429	76
2012	1,938	1,469	76
2013	1,991	1,485	75
2014	2,047	1,528	75
2015	2,115	1,558	74
2016	2,177	1,614	74
2017	2,228	1,623	73
2018	2,259	1,644	73
2019	2,293	1,652	72
2020	2,318	1,639	71
2021	1,453	1,095	75



연도별 매출액 대비 기부금과 영업이익 대비 기부금 비율

연도	매출 대비 기부금 비율 (%)	영업이익 대비 기부금 비율(%)
1980	0.11	1.27
1981	0.18	2.18
1982	0.16	2.08
1983	0.22	2.91
1984	0.27	3.83
1985	0.20	2.72
1986	0.34	4.59
1987	0.40	5.82
1988	0.36	4.12
1989	0.35	4.45
1990	0.30	3.81
1991	0.29	3.50
1992	0.40	4.76
1993	0.49	5.80
1994	0.57	6.49
1995	0.40	4.84
1996	0.32	5.40
1997	0.17	2.57
1998	0.18	3.12
1999	0.18	2.49
2000	0.26	3.15
2001	0.15	2.36
2002	0.15	1.90
2003	0.16	2.02
2004	0.16	1.85
2005	0.15	2.15
2006	0.18	2.88
2007	0.17	2.44
2008	0.14	2.40
2009	0.12	2.06
2010	0.13	1.57
2011	0.14	2.02
2012	0.11	1.79
2013	0.13	1.97
2014	0.12	2.01
2015	0.13	1.91
2016	0.14	1.77
2017	0.12	1.37
2018	0.12	1.41
2019	0.11	2.10
2020	0.12	2.17
2021	0.10	1.15



50대 기업과 100대 기업의 기부금 비중

연도	기부 총액	상위 50개 기업 기부금	기부 총액 대비 상위 50개 기업 기부금 비율 (%)
1980	703,811	703,811	100
1981	30,605,320	27,053,036	88.39
1982	32,132,991	27,489,824	85.55
1983	52,385,243	45,217,651	86.32
1984	75,090,409	65,751,823	87.56
1985	73,652,114	56,029,746	76.07
1986	159,420,875	128,194,514	80.41
1987	220,663,503	184,881,229	83.78
1988	254,055,270	218,135,355	85.86
1989	274,632,719	236,635,627	86.16
1990	281,661,009	230,564,346	81.86
1991	331,526,339	277,881,917	83.82
1992	509,497,338	451,439,493	88.60
1993	789,007,743	704,928,196	89.34
1994	1,063,307,192	969,929,013	91.22
1995	1,033,420,901	950,397,118	91.97
1996	940,001,661	848,450,635	90.26
1997	571,151,530	495,081,649	86.68
1998	639,480,554	568,920,311	88.97
1999	741,097,723	648,046,313	87.44
2000	1,308,120,294	1,181,008,798	90.28
2001	853,143,416	719,475,081	84.33
2002	954,671,188	754,840,295	79.07
2003	1,148,004,183	977,503,475	85.15
2004	1,334,145,630	1,129,049,387	84.63
2005	1,370,697,124	1,142,784,638	83.37
2006	1,736,495,814	1,432,135,138	82.47
2007	1,965,207,004	1,636,750,921	83.29
2008	2,087,262,694	1,735,898,780	83.17
2009	1,616,165,650	1,257,471,295	77.81
2010	1,496,316,298	1,205,897,673	80.59
2011	1,966,375,037	1,615,018,960	82.13
2012	1,790,738,867	1,426,583,606	79.66
2013	2,118,389,118	1,746,922,243	82.46
2014	1,936,945,102	1,515,415,458	78.24
2015	2,202,410,270	1,735,829,785	78.82
2016	2,362,584,131	1,899,784,419	80.41
2017	2,261,356,106	1,823,664,132	80.64
2018	2,339,244,263	1,856,864,851	79.38
2019	2,267,654,848	1,777,836,572	78.40
2020	2,440,731,771	1,896,901,148	77.72
2021	2,188,940,423	1,676,845,419	76.61

연도	기부 총액	상위 100개 기업 기부금	기부 총액 대비 상위 100개 기업 기부금 비율 (%)
1980	703,811	703,811	100
1981	30,605,320	30,053,682	98.20
1982	32,132,991	31,330,295	97.50
1983	52,385,243	51,216,255	97.77
1984	75,090,409	73,374,433	97.71
1985	73,652,114	68,335,753	92.78
1986	159,420,875	147,952,940	92.81
1987	220,663,503	207,390,294	93.98
1988	254,055,270	240,880,881	94.81
1989	274,632,719	258,844,736	94.25
1990	281,661,009	260,244,657	92.40
1991	331,526,339	308,970,097	93.20
1992	509,497,338	487,086,589	95.60
1993	789,007,743	761,929,384	96.57
1994	1,063,307,192	1,029,254,985	96.80
1995	1,033,420,901	998,728,980	96.64
1996	940,001,661	899,085,729	95.65
1997	571,151,530	537,289,917	94.07
1998	639,480,554	608,655,428	95.18
1999	741,097,723	697,778,102	94.15
2000	1,308,120,294	1,246,226,993	95.27
2001	853,143,416	786,810,414	92.22
2002	954,671,188	857,780,377	89.85
2003	1,148,004,183	1,064,683,805	92.74
2004	1,334,145,630	1,230,540,401	92.23
2005	1,370,697,124	1,255,852,294	91.62
2006	1,736,495,814	1,586,341,804	91.35
2007	1,965,207,004	1,799,074,624	91.55
2008	2,087,262,694	1,898,998,168	90.98
2009	1,616,165,650	1,428,714,796	88.40
2010	1,496,316,298	1,336,240,892	89.30
2011	1,966,375,037	1,770,363,494	90.03
2012	1,790,738,867	1,601,504,999	89.43
2013	2,118,389,118	1,925,695,014	90.90
2014	1,936,945,102	1,704,902,465	88.02
2015	2,202,410,270	1,950,981,717	88.58
2016	2,362,584,131	2,102,962,806	89.01
2017	2,261,356,106	2,009,231,289	88.85
2018	2,339,244,263	2,055,371,003	87.86
2019	2,267,654,848	1,979,182,246	87.28
2020	2,440,731,771	2,109,828,894	86.44
2021	2,188,940,423	1,909,512,708	87.23

