

15장 기업의 사회공헌활동

기업 사회공헌활동의 정의

□ CSR(Corporate Social Responsibility)에 대한 다양한 정의

- 보웬(Bowen, 1953): 기업이 속한 사회가 지향하는 가치와 목표에 부합하는 방향으로 일련의 정책을 수립하고, 의사결정을 하고 행동해야 하는 의무
- 클락슨(Clarkson, 1995): 기업은 사회 전체에 책임이 있는 것이 아니라 회사 활동으로부터 직간접적으로 영향을 주고 받는 이해관계자들에게 책임이 있는 활동
- 스완슨(Swanson, 1995): 자기 이해에 근간한 활동이 아니라 옳고 그름과 관련한 판단에 따른 윤리적 활동

기업 사회공헌활동의 정의

□ CSR(Corporate Social Responsibility)에 대한 다양한 정의

○ 우드(Wood, 1991): 환경을 모니터링하고 이해관계자의 요구에 부응하고, 회사의 긍정적 영향력을 향상시키기 위한 계획을 짜는 활동 등을 통해 사회에 반응하는 활동

○ 캐롤(Carroll, 1979): 기업이 속한 사회가 기업들에게 가지고 있는 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 기대를 아우르는 활동

기업 사회공헌활동의 4가지 책임

□ 캐롤(Carroll, 1979)에 따른 4가지 책임활동

○ 경제적 책임

: 기업 역시 일반 사회구성원처럼 사회를 구성하는 한 경제단위로서 기업의 기본적 책무인 이익을 창출해야 함

○ 법적 책임

: 기업이 속한 사회가 명문화해 놓은 법의 울타리를 벗어나지 않는 범위 안에서 기업활동을 하는 것

○ 윤리적 책임

: 법에 명시되어 있지 않더라도 개인이 사회구성원으로서 지켜야 할 사회윤리를 따르는 것처럼, 기업들도 사회의 기대 안에서 기업활동을 하는 것

○ 자선적 책임

: 외부의 강압에 의한 것이 아니라 기업의 자율적인 판단하에 자선 행위를 하는 것

CSR에 대한 사회적 분위기 변화

□ 기업 이윤 극대화 vs. 사회책임

○ 세제개혁법(Tax Reform Act of 1935)

: 미국 정부는 1935년 기업의 자선적 기부는 그 기부가 기업에게 직접적인 혜택을 가져다 줄때에만 세금 감면 혜택을 받을 수 있다고 규정

○ 뉴저지대법원(New Jersey Supreme Court, 1954)

: 기업은 사회구성원으로 사회적 책임을 질 필요가 있으며, 자유 경쟁 시장에서 기업의 이러한 행동은 엄격한 잣대에서 평가되어야 한다고 판결

○ 프리드만(Friedman, 1970)

: 기업의 의무는 오직 법의 경계와 윤리적 제약 안에서 이익을 극대화해야 한다고 주장

CSR에 대한 사회적 분위기 변화

□ 기업 이윤 극대화 vs. 사회책임

○ 엡스타인(Epstein, 1987)

: 사회를 위해 넓은 범위의 책임을 다해야 한다고 주장

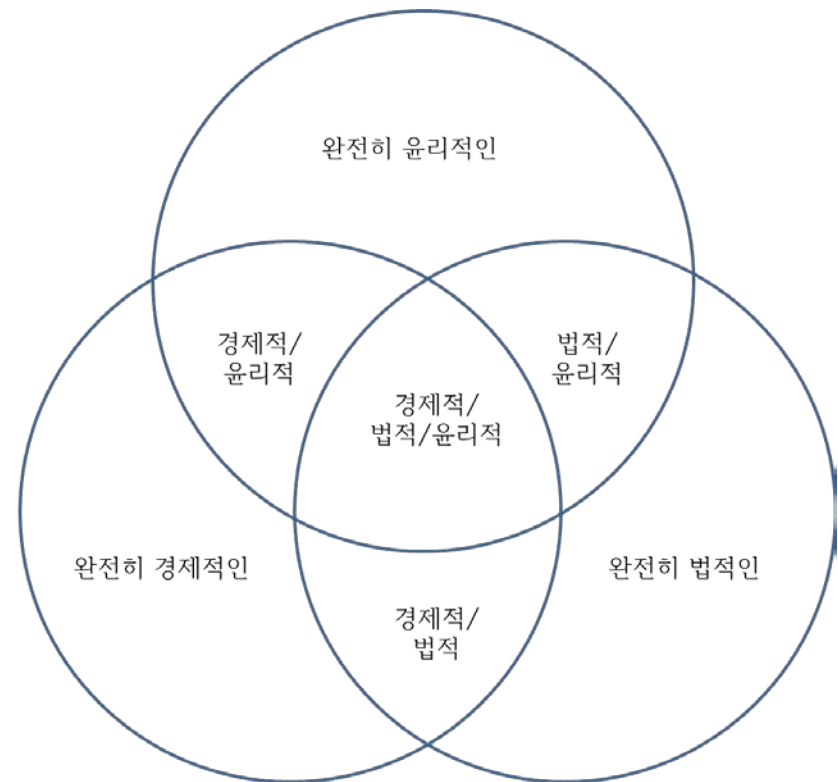
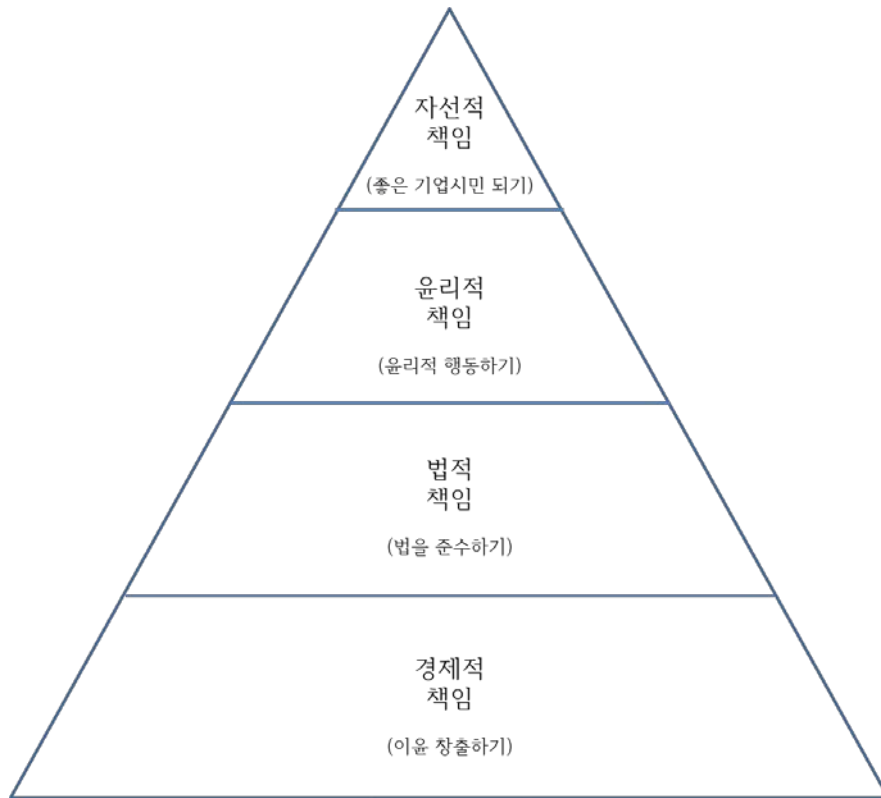
○ 보인튼(Boynton, 2002)

: 과거 사회공헌활동의 정당성에 대한 논란은 사회공헌활동과 이익추구활동이 서로 반대의 것이라고 생각해 파생된 잘못된 이분법적 사고라고 지적

○ 그로우, 햄, 리(Grow, Hamm, & Lee, 2005)

: 기업의 유일한 의무는 최대의 이익을 창출하는 것이라 주장
했던 프리드먼 역시 기업은 가치있는 일에 기업의 이익을 투자할 필요가 있음을 주장

CSR에 대한 위계관계 변화



자선적 사회공헌활동의 종류

- 공익캠페인(Cause Promotion)
: 공공 이익과 관련이 있는 특정한 사회문제에 대한 공중들의 인식을 높이거나 사회문제 해결을 위해 기업이 기금을 조성하거나 현물 등을 기증하고 자원봉사자들을 모집하는 방식
- 공익연계마케팅(Cause-Related Marketing)
: 기업이 공익과 관련이 있는 사회문제를 기업의 제품판매와 연결하여 마케팅함으로써 제품판매를 통해 올리는 수익금의 일부를 공익 관련 기관 등에 기부하는 방식
- 사회 마케팅(Corporate Social Marketings)
: 공익캠페인이 기금 모금이나 자원봉사자 모집 등에 초점을 둔다면, 사회마케팅은 공중의 구체적인 행동 변화를 일으키는 데 초점을 둔 활동

자선적 사회공헌활동의 종류

- 자선활동(Corporate Philanthropy)
: 공익과 관련된 특정 사회 문제에 기업이 직접 기부를 하는 활동
- 지역사회 봉사활동(Community Volunteering)
: 지역 주민들이 자신의 지역사회가 당면한 사회문제를 해결하는데 동참할 수 있도록 기업차원에서 지원하는 방식
- 사회 책임 경영 실천(Socially Responsible Business Practices)
: 기업이 환경보호 및 사회 복지의 질을 제고하고자 기업 내외부의 경영 활동을 개선하고 투자활동을 하는 것

사회공헌활동의 효과

- 긍정적인 기업 이미지 구축

- : 유한킴벌리 사례처럼 꾸준한 사회공헌활동이 '기업이미지 대상' 수상 등으로 연결됨

- 제품에 대한 구매의도 증가

- : 미국의 경우 사회공헌에 적극적인 회사의 제품 품질 및 가격이 동일하다면 해당 회사로 제품을 바꾸겠다고 응답하는 비율이 높음

- 종업원들의 직장에 대한 만족도 증가

- : LG전자의 사례처럼 종업원들의 사회공헌활동 참여는 직무만족도와 조직 몰입도를 상승시킬 수 있음

사회공헌활동의 효과

○ 소비자 비판 감소

: 평소 꾸준히 사회공헌활동을 하는 기업들은 도덕성 관련 위기에 빠졌을 때 기업의 평판이 현저하게 낮아지는 것을 방지할 가능성이 있음

○ 보호 장벽 구축

: ISO26000이 국제표준화기구에 의해 제정되고 각 나라들이 채택하면서 사회적 책임에 대한 표준가이드라인을 지키지 않는 기업의 경우 해당 국가에 제품을 판매할 수 없는 상황으로 연결될 수 있음

○ 로비 활동 지원

: 평소 지역사회에 많은 공헌을 한 기업들에게 정부기관 등이 긍정적인 지원을 할 가능성이 높음

CSR효과에 영향을 미치는 요인

:동기해석

- 동기해석: CSR활동을 하는 기업들의 진짜 동기가 무엇인지에 대한 인지적 노력으로 어떤 동기해석을 하느냐에 따라 CSR활동의 효과가 달라질 수 있음
- 이타주의적 동기해석
 - : 사람들이 기업의 사회공헌활동이 자사의 이익이 아닌 공중들이나 속한 사회의 이익을 위하는 마음에서 행해졌다고 해석하는 것
- 이익극대화 동기해석
 - : 사람들이 기업의 사회공헌활동이 기업의 이익을 극대화하기 위한 전략적 행위라고 해석하는 것
- 경제적/비경제적 동기해석
 - : 사람들이 기업의 사회공헌활동이 기업의 경제적 이득 뿐 아니라 사회적 이미지 제고를 위해 이루어진다고 보는 것

CSR효과에 영향을 미치는 요인

:동기해석

□ 동기해석: CSR활동을 하는 기업들의 진짜 동기가 무엇인지에 대한 인지적 노력으로 어떤 동기해석을 하느냐에 따라 CSR활동의 효과가 달라질 수 있음

○ 정치적 권력 동기해석

: 사람들이 기업의 사회공헌활동이 회사의 주변 환경을 회사에 유리하도록 만들기 위해 한다고 보는 것

○ 윤리적 동기해석

: 사람들이 기업이 사회공헌활동을 하는 이유는 그렇게 하는 것이 윤리적으로 맞는 행동이라고 믿기 때문이라고 해석하는 것

사회공헌활동 측정지표

□ ISO26000: 국제표준화기구에 의해 2010년 사회공헌활동과 관련된 국제표준으로 제정된 기준으로 2013년 현재 이 가이드라인을 기준으로 경영하는 단체가 1만개가 넘는 것으로 추산됨

○ 사회공헌활동 대원칙

: 사회에 대한 책임(accountability), 투명한 조직운영(transparency), 사회 윤리기준에 부합(ethical behavior), 이해관계자 존중(respect for stakeholder interests), 국제적 행동규범 준수(respect for international norms of behavior), 인권 존중(respect for human rights)

○ 사회공헌활동 범위

: 인권(human rights), 노동관행(labour practices), 환경과 관련된 문제(the environment), 공정한 조직 운영과 관련된 관행(fair operating practices), 소비자과 관련된 이슈(consumer issues), 지역사회에 대한 참여와 발전(community involvement and development)과 같은 주제에 전방위적으로 개선노력을 해야 한다고 제시

○ 가이드라인 형태

: 이 표준은 강제 조항을 제시하는 것이 아니라 기업이 스스로 따를 수 있는 가이드라인 형태로 제시됨. 하지만 전 세계적인 동참에 힘입어 향후 따르지 않을 경우 무역장벽으로 작용할 가능성이 높음

토론

☐ 토론 질문

Q1. 우리나라 기업들의 ISO26000의 도입현황을 미국 등과 비교하여 살펴보자.

Q2. ISO26000에서 제시한 가이드라인을 기준으로 실제로 기업의 CSR활동을 평가해 볼 수 있는 측정기준들을 제시해 보자.