

企業의 社會的 責任의 贊反論에 대한 理論的 考察

Theoretical Review about for and against Corporate Social Responsibility

金 元 信*
(Kim, Won Shin)

目 次

I. 序 論

II. 社會的 責任에 대한 理論的 概要

1. 社會的 責任의 概念發達過程
2. 社會的 責任에 대한 操作的 定義
3. 社會的 責任의 重要性

III. 社會的 責任에 대한 論爭

1. 社會的 責任에 대한 贊成論

2. 社會的 責任에 대한 反對論

3. 贊反論에 대한 評價

IV. 結 言

參考文獻

* 尙志大學校 經商大學 經營學科 助教授

I. 序 論

전통적인 산업사회에서 기업의 주된 역할은 종업원들에게 직무를 제공하고 이윤을 창출하여 개별경제 발전에 기여하는 것이었으나 산업사회가 발전하고 사회환경이 급변함에 따라 기업의 역할에 대한 기대가 변하고 있다. 그래서 오늘날 대부분의 기업들은 비경제적 목표인 기업의 사회적 책임에 관심을 갖고 제반 사회적 이슈에 효율적으로 대처하려고 노력하고 있다. 더우기 사회가 민주화, 다원화될수록 기업의 사회적 책임의 수행에 대한 요구가 증대되고 있다. 이같은 사회적 책임을 소홀히 하면 기업은 이익추구는 커녕, 존속기반까지도 위협 받는다. 그리하여 오늘날 많은 기업들은 어떻게 효과적으로 사회적 책임을 수행할 것인가, 할 수 있는가에 대해 최대로 관심을 두고 있다 하여도 과언은 아니다. 이같은 상황임에도 불구하고 아직까지 이익창출에만 일차적인 관심을 갖고 사회적 책임을 소홀히 인식하여 기업의 생산, 영업 및 관리활동으로 발생하는 제반 사회적 문제를 경시하는 기업이 또는 경영자들이 있다.

그런데 아직까지 사회적 책임에 대한 개념, 정의 이에 대한 기업의 입장 등이 명확히 정리되지 않아 기업이 중점적으로 관리해야 할 과제나 영역 등이 모호하여 기업이 사회문제에 대비하는 관리전략, 계획수립 등에 어려움이 수반되고 있다. 특히 사회적 책임은 기업의 최고경영자나 기업가의 윤리관, 가치관, 도덕관, 및 경영철학에 의해 크게 좌우되기 때문에 명확한 한계나 대상을 규정하기가 어렵다. 이같은 기업의 사회적 책임과제나 이슈는 기업의 업종, 규모, 기업이 처한 환경 및 기업의 인적, 물적 자원의 동원능력에 따라 달라지나 대기업일수록 또는 사회환경에 유해한 영향을 미칠 가능성이 큰 기업일수록 사회적 책임을 적극적으로 이행할 의무가 있다.

현대사회에서 기업의 역할을 보다 명확히 이해하려면 기업에 요구되는 사회적 책임이 무엇인가를 고찰할 필요성이 있다. 그러므로 본 연구에서는 기업의 사회적 책임에 대한 先行文獻을 검토하여 사회적 책임의 概念, 形成過程 및 定義를 분석하여 개념을 재정립하고 나아가서는 이에 대한 기업의 입장을 논한 제연구자의 견해를 정리하는데 본 연구 목적이 있다. 그리고 이런 검토결과를 토대로 기업이 사회적 책임을 보다 충실히 이행할 수 있는 대안을 제시하고자 한다.

II. 社會的 責任에 대한 理論的 概要

1. 社會的 責任의 概念發達 過程

富의 認識概念이 변함에 따라 시대적 요구와 결합되어 발전된 사회적 책임의 개념도 단순한 기업 의무의 성격에서 점차적으로 기업의 자율적인 책임의 이행이라는 폭넓은 개념으로 발전하게 되었는데 이런 발달과정에 대한 인식이 논자들에 따라 다르게 기술되고 있다.

헤이와 그레이(Har & Gray)는 기업과 사회간에 계약의 변화과정에 따라 발달한 사회적 책임의 개념을 이익극대화개념, 신탁개념, 인간의 생활의 질 향상 단계로 구분하고 있다.¹⁾

첫 단계는 이익극대화의 단계이다. 이 단계는 기업경영자가 이익극대화를 우선시한 단계로서 아담 스미스의 國富論에서 비롯되었다. 그에 의하면 기업은 보이지 않는 손에 의해 관리되어야 공익을 촉진시키는 역할을 한다는 것이다. 즉 자유방임적 상태에서 기업이 이익을 추구하도록 관리하면 자연스럽게 기업의 사회질서는 유지되기 때문에 기업은 사회발전에 기여하게 된다는 것이다. 이 논리는 19세기 초와 20세기 미국에서 널리 일반화 되어 경제적인 목표와 사회적인 목표의 기초가 되었다. 그리하여 기업인들은 부지런이 일하게 되면 이익극대화의 원칙의 실현은 물론 최대한의 富를 축적할 수 있다고 믿었다.

둘째 단계는 1920년대와 1930년대에 기업과 사회의 구조적 변화에 의하여 대두된 수탁관리의 개념이다. 이 개념에 따르면 기업경영자는 주주는 물론 고객, 종업원, 공급업자, 채권자 및 지역사회 등의 상반관계에 있는 이해관계자들의 이해관계를 균형있게 조화시켜야 한다. 이러한 입장은 경영자를 단순히 소유자인 주주의 대리인으로 보지 않고 기업과 관계가 있는 제집단에 대한 수탁자로 보는 것이다. 이같이 기업의 사회적 책임을 새로운 차원에서 인식함으로써 주식의 소유권이 분산되고 다원사회가 발달하게 되었다.

세째 단계는 종업원의 생활의 질을 향상시키는 가장 진보된 개념으로서 이 개념은 근래에 보편화되기 시작하였다. 20세기 중반까지 기업의 생산활동으로 인해 경제적으로 풍요한 사회가 되어 생활수준은 향상되었으나 사회적, 물리적 환경이 악화됨에

註 1) Robert Hay and ED Gray, "Social Responsibility of Business Manager," Academy of Management Journal, Vol. 17, No. 1, 1974, pp.135-143.

따라 발생된 공해나 사회문제 등의 해결에 관심을 기울이면서 이익추구 일변도의 경영관을 재고하므로써 대두되었던 것이다.

세시(Sethi)는 기업이 사회에 대응하는 방식에 따라 사회적 책임 개념을 사회적 의무, 사회적 책임, 이에 반하여 사회적 반응의 단계로 구분하였다.²⁾

사회적 의무는 시장압력이나 법적 제약에 어쩔수 없이 대응하는 기업행동이다. 이 단계에서는 시장의 경쟁능력을 기준으로 법적 정당성을 판단하였으나 경쟁능력을 정당성의 기준으로 삼는데 많은 문제점이 지적되었다. 사회적 책임단계는 시장압력이나 법적 제약이외에 일반적인 사회적 규범, 가치 및 기대성취에 적응하려는 처방적 차원의 기업행동이다. 사회적 반응의 단계는 미래에 사회시스템내에서 일어날 가능성이 있는 변화를 예측하려는 예방적 기업행동으로 오늘날 가장 바람직한 기업행동으로 간주되고 있다.

자코비(Jacoby)는 기업의 행동이론에 초점을 두고 사회적 책임개념의 변화를 고전적 시장모델하에서의 사회적 책임, 경영자의 관리적 모델하에서의 사회적 책임, 사회환경적 모델하에서의 사회적 책임개념으로 분류하였다.³⁾

고전적 시장 모델하의 사회적 책임개념은 아담 스미스의 이론을 기초로 하여 발달된 이윤극대화 개념이다. 이 모델에서는 사회문제 해결에 기업의 관여를 고려하지 않았던 단계이다. 경영자의 관리적 모델하에서의 사회적 책임의 개념은 경영자의 직업 완수적인 성격을 갖는 단계로, 이 모델에서는 기업은 사회적 참여가 상당히 가능한 것으로 판단되었다. 사회환경적 모델에서 사회적 책임의 개념은 기업은 단지 시장환경 뿐만아니라 일반적인 사회환경에 대해 반응하는 단계이다.

또한 캐롤(Carroll)은 사회적 책임의 단계를 경제적 책임, 법적 책임, 윤리적 책임, 임의적 책임단계로 구분하고 발전된 형태일수록 임의적 책임개념으로 진행한다 고 보았다.⁴⁾

이같이 논자에 따라 다르게 분류되고 있으나 근본적으로 사회적 책임의 개념은 강제적 성격을 띤 의무적인 차원에서 자율적인 참여의 형태로 그리고 경제적 이익만을 추구하던 전통적인 기업목표의 개념에서 이런 개념을 포함하여 윤리적인 개념까지

註 2) S. Parakash Sethi, "Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework," California Management Review, Vol. 17, No. 3, 1975, pp. 58-64

註 3) Neil H. Jacoby, Corporate Power and Social Responsibility, Macmillan Publishing Co. Inc., 1973, pp. 191-193.

註 4) Archie B. Carroll, "A Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance", Academy of Management Review, Vol. 4, No. 4, 1974, pp. 497-505.

확대하는 개념으로 발전되었음을 알 수 있다. 그래서 오늘날 경영자를 비롯하여 여론선도자들은 기업은 비록 이익과 직접적인 관계가 없다하더라도 사회적 책임이 있으므로 그 책임을 맡아야 한다고 믿고 있다.⁵⁾

2. 社會的 責任에 대한 操作的 定義

사회적 책임의 개념은 1930년대 복지국가자본주의가 성립됨에 따라 대두되기 시작하였으나 본격적으로 사회적 유의성을 지니게 된 것은 1960년대 사회환경 및 사회가치가 현저하게 변하므로써 이루어졌다. 그 이유는 사회적 환경이 변함에 따라 기업의 역할, 이념 등이 새롭게 정립되면서 중요성이 인식되었기 때문이다. 20세기 초에는 사회적 책임이란 단지 기업의 사회적 의무에 불과한 것이라고 보았으나 최근에는 복잡다단한 사회환경에 적극적, 능동적으로 대처한다는 관리전략적인 차원에서 접근할 필요성이 제기되어 사회적 반응이라고도 한다. 따라서 시대적 배경에 따라 요구되는 사회적 책임이 달라지고 있으므로 현대적인 차원에서 요구되는 사회적 책임이 무엇인가를 알려면 제논자들의 정의를 고찰할 필요가 있다.

보웬(Bowen)은 사회적 책임이 기업에 어떻게 적용될 수 있는가를 기술하면서 그 당시 개발되지 않았던 이슈들에 대한 적용범위를 최초로 제시하면서 사회적 책임이란 사회의 가치 및 목표의 관점에서 바람직하다는 정책을 추구하거나 의사결정을 하여 그러한 정책을 추구하는 기업인의 의무라고 지적하였으나⁷⁾ 이 정의가 극히 모호하여 몇가지 문제점이 드러나고 있다.⁸⁾

첫째, 사회적 목표와 가치의 관점에서 바람직한 행동의 경향이 무엇을 의미하는 것인지 정확하게 알 수가 없고 둘째, 사회적 책임의 범위가 매우 광범위하고 철학적이다. 이렇게 사회적 책임이 포괄적으로 다루어진 이유는 1차대전후 경영철학이 변하였기 때문이다.

데이비스(Davis)는 기업의 사회적 책임은 최소한 부분적으로 기업에 직관되어 있

註 5) George Steiner and John F. Steiner, Business, Government and Society: A Managerial Perspective, Third Edition, Random House Inc., New York, 1980, p. 191.

註 6) Keith Davis and William C. Frederick, Business and Society, Fifth Edition, McGraw Hill Book Company, 1984, p. 27.

註 7) Horwad R. Bowen, Social Responsibilities of the Businessman, Harper and Row, New York, 1953, p. 6.

註 8) Fred Luthans and Richard M. Hodgets, Social Issues in Business, Second Edition, MacMillian Publishing Company. 1976, p. 3.

는 경제적 또는 기술적 관심을 넘어서는 것이기 때문에 기업인이 취한 의사결정이나 행동이라고 보고⁹⁾ 경제적인 것 이외의 기술적인 문제의 관련성을 포함시켰다. 일스와 웰튼(Ells & Walton)은 기업의 사회적 책임이란 기업이 사회적인 측면에서 기업의 모습 및 기업과 사회간의 관계를 지배하게 되는 윤리의 원칙을 고려할 때 제기되는 문제의 관점에서 생각되는 것이라고 하면서¹⁰⁾ 사회적 책임에 윤리의 문제를 포함시켰다. 또한 맥케이(McGuire)는 기업이 갖고 있는 經濟的, 法的, 義務 뿐만 아니라 이러한 의무를 넘어서서 배프는 전체사회에 대한 책임을 의미하는 것,¹¹⁾ 백크맨(Backman)은 經濟的 成果이외에 기업이 평가해야만 하는 責任이나 動機를,¹²⁾ 피치(Fitch)는 기업에 의하여 부분적으로 또한 전체적으로 야기된 사회문제를 해결하려는 기업의 진실된 노력을¹³⁾ 이외에 기업의 순수한 자발적인 행위를 사회적 책임으로 보는 사람도 있다.

이같이 사회적 책임의 의미가 논자에 따라 다르고 너무나 막연하고 애매하여 보다 구체화시킬 필요성이 제기되었다. 그리하여 데이비스와 블툼스툼(Davis & Blomstorm)은 사회적 책임이란 기업의 의사결정자들이 전반적으로 자신의 유익이외에도 社會福祉를 개선하고 보호하기 위해 행동을 취하는 의무라고 보고,¹⁴⁾ 사회적 책임의 보호와 육성의 개념을 포함시키면서 사회적 책임의 개념을 보다 구체적으로 한정시키었다. 보호는 기업과 사회에 대한 부정적인 영향들을 피하는 것이며, 육성한다는 것은 사회에 적극적으로 유익이 될 수 있는 점들을 창조한다는 것이다.¹⁵⁾

캐롤(Caroll)에 의하면 기업의 사회적 책임은 사회가 주어진 일정시점에 조직에 부여한 經濟的 責任, 法的 責任, 倫理的 責任, 任意的인 責任을 망라한다고 지적하고 있다.¹⁶⁾ 이외에도 여러관점에서 정의되었는데 제논자들의 정의를 요약하면(표2-1)과 같은데 대부분 이윤동기 이외의 기업행동을 사회적 책임에 포함시키고 있다.

註 9) Keith Davis, "Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities?", California Management Review, Vol. 2, No. 3, 1960, pp. 70-76.

註10) Richard Ells and Clarence Walton, Conceptual Foundation of Business, Homwood Iill Irwin, 1961, pp. 457-458.

註11) Joseph W. McGuire, Business and Society, McGraw Hill company, 1963, p. 4.

註12) Jules Backman, Social Responsibility and Accountability, New York University Press, 1975, p. 2.

註13) H. Gordon Fitch, "Achieving Corporate Social Responsibility", Academy of Management Review, Vol. 1, No. 1, 1976, pp.38-46.

註14) Keith Davis and Robert L. Blomstorm, Business and Society: Environment and Responsibility, Third Edition, McGraw Hill Company, 1975, p. 39.

註15) 양창삼, 현대경영관리론, 대영사, 1987, p. 39.

註16) Archie B. Carroll, op.cit., p. 500.

이같이 상이하게 정의된 이유는 사회적 책임의 개념과 사회에서 기업의 역할을 보는 관점의 차이 때문인 것이다.¹⁷⁾ 기업경영자, 전문가, 정부의 통제자 및 사회실천주의자들은 각각 자신들이 조망하는 準據體系內에서 기업의 사회적 역할을 보았기 때문에 개념적 구조와 명백한 내용체계가 마련되지 못해 정의가 曖昧한 것이다.¹⁸⁾

〈표 2-1〉 사회적 책임에 대한 제 논자의 정의

제 학 자	사회적 책임
Friedman	오직 이윤만 추구
Davis & Backman	이윤추구 이상의 행위 포함
McGuire	법적, 경제적 요구 이상의 것
Manne	임의적인 행동
Steiner	경제적, 법적, 임의적인 행위포함
Davis & Blomstorm	동심원
Ells & Walton	보다 포괄적인 사회시스템에 대한 관심
Hay, Gray & Gates	제반 사회문제에 대한 책임
Ackerman, Bauer, Seith & Fitch	사회적 반응에 대한 방법 제공 사회문제를 해결하기 위한 기업의 노력

그러므로 사회적 책임은 기업의 이윤동기는 물론 주주를 비롯하여 많은 이해관계자들에게 기여할 수 있는 여건을 조성하여 보편적인 인간의 가치를 실현하는데 도움이 될 수 있는 방향으로 사회적 책임에 관한 전략을 수립해야 한다. 기업이 사회적 책임을 수행하려면 기업의 인적, 물적 자원이 동원되어야 한다. 이러한 관계를 계약의 관점에서 접근하면 사회적 책임의 의미와 내용이 바뀔 이유를 보다 잘 이해할 수 있다.

전통적으로 경제적 성장은 사회를 진보시키는 원천으로 간주되었기 때문에 私企業들의 경쟁적인 이윤동기에 의하여 사회성장은 이루어진다고 보았다. 그래서 개별기업들은 기본적인 경제적 使命感 즉 재화 및 서비스 생산하는 능력에 따라 경제적 기능을 성실히 수행하면 사회에 최대한 공헌하는 것으로 간주하였다. 그러나 산업사회가 눈부신 발전을 거듭하고 민주사회가 다원화됨에 따라 전통적인 기업과 사회의 관계는 변화게 되었다. 그리하여 경제성장의 이익추구가 반드시 사회복지를 실

註17) Fred Luthans and Richard M. Hodgets, op.cit., p. 194.

註18) S. Parackash Sethi, op.cit., p. 58.

현하는 것이 아니라는 것을 깨닫게 되었다. 오히려 기업이 무분별하게 이익을 추구하면 계층간의 갈등, 富의 편재현상이 발생하여 가진자와 가지지못한자간에 違和感이 조성되며, 나아가서는 무분별한 자연환경의 파괴 및 가치관의 혼동으로 전통적인 문화가 단절되는 등 많은 사회적 병리현상이 나타나게 된다. 따라서 기존의 경제적 이익을 추구하는 것 이외에 사회 전체적인 관점에서 공중과 연계되는 내용들이 추가되어 기업과 사회의 관계는 새롭게 정립되어야만 했다. 그리하여 오늘날 기업의 사회적 책임에는 기업행동으로 발생하는 경제적 및 사회적 산출 모두에 대해 기업의 책임대상이 되는 것이다.¹⁹⁾

사회계약은 항상 사회에 존재하는 모든 조직들의 行動準據가 되며 規範이 되는 것이다. 기업과 사회관계 역시 과거에 인정되었던 계약관계가 타당치 못하기 때문에 새로운 관계정립이 요구되고 그로인해 사회적 책임의 대상이 달라져 정의하기 어려운 것이다. 책임이라함은 반드시 갚거나 저야할 의무지만, 사회변화로 인하여 契約關係의 성격이 변하여 나타난 사회문제에 대하여서도 기업이 모두 책임을 저야 하느냐 하는 책임한계의 문제가 대두되어 그래서 기업의 윤리적, 도덕적인 가치책임의 개념이 도입되었던 것이다. 이같은 책임은 기업의 관점에서 수동적이고 소극적인 기업행동에 불과한 것이다. 따라서 이런 사회적 책임의 개념과 문제점을 개선하기 위하여 대두된 철학이 사회적 반응인 것이다. 기업전략적인 관점에서 책임이란 용어보다 반응이란 용어가 보다 융통성이 있다. 그래서 1980년대 이후에는 사회적 반응이란 용어가 상당히 많이 사용되고 있다. 사회적 반응이라함은 사회의 압력에 반응하는 기업의 능력을 의미하는데 그 뜻은 기업에 영향을 미칠 수 있는 외부의 사회적, 정치적 및 정부의 힘과 기업의 관계를 관리하는 방법을 안다는 것이다.²⁰⁾ 그러므로 기업은 보다 적극적으로 주변환경의 변화에 대응하면서 기업과 사회의 관계를 계속적으로 변화시키려고 노력하고 있다.

캐롤(Carroll)에 의하면 사회적 반응은 사회적 책임과 사회적 이슈에 대한 기업의 철학, 방식, 또는 전략의 의미가 내재되어 있으므로 사회적 반응의 범위를 아무것도 행하지 않는 무반응에서부터 많은 것을 행하는 적극적인 반응 행태로 구분할 수 있다는 것이다. 이런 기업의 반응은 전통적인 사회적 책임의 하나인 도덕적 의무를

註19) 신유근, 기업과 사회, 경문사, 1989, p. 147.

註20) 上揭書, P. 149.

註21) Keith Davis and William F. Fredrick, op.cit., p. 48.

수용하는 것이 아니라 기업의 反應行動과 그 強度의 관리정도를 강조한 것이다.²²⁾ 이런 의미로보아 사회적 반응을 경영자의 관리행동의 단계로 구분해 볼수 있으나 많은 문제점들이 제시되고 있다.

지금까지 사회적 책임과 반응에 대한 개념, 정의 및 이에 함축되어 있는 경영이념, 철학을 고찰해본 결과 기업이 처해 있는 환경 및 시대적인 상황에 따라서 사회적 책임의 내용과 이에 대한 인식이 달라지고 있는데, 그 이유는 기업이 사회에적어야 할 대상의 영역이 계속적으로 확대되어 기업의 역할이 바뀌고 그 영향력이 증대되기 때문이다. 그래서 사회적 책임을 정의하기가 어렵고 그 대상이 바뀌기 때문에 개념이나 정의자체도 논자에 따라 다르게 정리되고 있는 것이다. 그러나 기업이 사회에 대하여 적어야 하는 책임이라는 사실에 변함이 없으므로 사회적 책임이란 기업이 사회에 대하여 지는 책임으로 기업의 본질적인 목표 추구나 이외의 행동으로 파생된 일차적 사회문제에 대하여는 의무로서 적극적인 도덕적, 윤리적, 경제적, 법적 책임행동을 그리고 기업에 일차적인 책임이 없는 사회문제에 대하여는 소극적인 도덕적, 윤리적, 경제적, 법적 책임이외의 모든 책임을 망라한 것을 말한다. 그리고 제반 사회문제에 대해 기업이 보다 능동적이며 적극적인 차원에서 관리 및 대처전략을 수립하여 취하는 기업행동을 사회적 반응이라 할 수 있다.

3. 社會的 責任의 重要性

기업은 다원사회에서도 영향력이 크기 때문에 주목의 대상이 되고 있다. 따라서 경영자는 기업행동을 의사결정함에 제반요인을 신중히 고려하여 결정해야 한다. 그대야만 타조직에 미치는 영향력의 문제를 또한 미묘해지는 책임의 문제를 극소화할 수 있다. 그래서 사회적 책임이 강조되고 있는데 그 이유는 다음과 같다.²³⁾

첫째, 현대사회에서 여러조직들은 복잡한 상호의존 관계를 맺고 있기 때문에 타조직에 미치는 영향력이 고려되어야 한다.

둘째, 사회가 보호하기를 원하는 부와 가치가 과거보다 다양해졌다. 따라서 다양한 공중과의 좋은 이미지를 갖기 위해서는 책임있는 행동이 요구된다.

셋째, 사회과학의 발전과 관계가 있다. 즉 사회과학의 발달에 힘입어 기업이 기업

註22) Archie B. Carroll, op.cit., p. 501.

註23) 이연주, 기업의 사회적 책임에 관한 실증적 연구, 성신여자대학교, 산업 대학원, 석사학위 논문, 1978, pp. 9-10.

외부의 사회시스템에 어떻게 영향을 미치는가를 알게 되었다.

네째, 기업이 사회적 책임을 게을리 하면 정부규제를 받게 된다는 것이다.

다섯째, 현대의 윤리개념과 관계가 있다. 현대의 윤리개념은 책임있는 행동을 취할 것을 요구하기 때문에 기업가는 사회의 규범과 가치를 수용해야 한다.

여섯째, 소유와 경영의 분리가 촉진되고 있는데, 이 경우 전문경영자에게 사회적 책임을 요구할 수 있는 정상적이고 법적인 경로가 모호하다는 것이다.

이같은 이유 때문에 기업이 사회적 책임을 성실히 수행한다 하더라도 기업의 능력이 제한되어 있어 사회문제를 바로잡는다는 것은 어려운 일이다. 기업의 능력을 제한하는 요인은 다음과 같은 것들에 의해 일어난다.²⁴⁾

첫째, 경제적 현실성 때문에 야기된다. 경영자는 기업의 위협에 의해 요구되는 것과 기업이 사회문제에 개입함으로써 요구되는 미래의 최소한의 이익관계를 알고 의사결정을 해야한다. 이런 것을 무시하여 경제적인 지원이 어렵거나 매우 곤란한 상황에 직면하여 있는데도 사회적 책임을 떠맡으면 문제가 발생한다.

둘째, 능력이 제한되어 있다. 기업이 능력이 부족함에도 불구하고 어떤 과업을 떠맡는다는 것은 무책임한 행동이다. 특히 기업이 이런행동을 하면 실망스러운 경과가 나타나는데 무형적인 분야에 대해서 기업은 대단히 무능하다.

셋째, 권한이 제한되어 있다. 권한과 책임은 동전의 양면과 같은 것이기 때문에 사회적 책임을 수행하려면 보다 큰 권한이 요구되나 항상 권한은 제한되어 있다.

그러므로 책임과 권한은 균형이 이루어져 있지 않으면 조직이나 기업에 문제가 생기는 경우가 있다. 그래서 지역사회 문제나 유해한 것을 맡아 달라고 기업이 요청받은 경우 경영자는 사회적 책임에 포함된 권한이 합법적인 것인지를 철저하게 규명할 필요가 있다. 합법적인 것이 아니라면 기업은 거부할 수 있어야 한다. 그렇지 않은 것을 맡는다는 것은 무책임한 것이다. 그렇기 때문에 기업은 사회적 책임을 논함에 있어 법적인 문제를 고려하되 단지 법만을 준수하는 것에 만족하여서는 않된다. 법이란 것은 사회적 정치적 문제를 해결함에 있어 단지 해결안이나 지침을 제공하는 것이지 모든 문제의 해결수단이 못되기 때문이다. 특히 법은 사회변동의 관점에서 보면 항상 사회적 규범이나 기대에 지체되어 나타나는 경우가 다반사이다. 요컨대 책임있는 경영자라면 법을 준수해야 되나 기업의 업무나 정책을 평가하는 입장에서 볼때는 그것만으로 만족하지 못하는 것이다.²⁵⁾

註24) Peter F. Drucker, Management: Task, Responsibilities, Practices, Harper and Row, Publisher, 1974, pp. 343-351.

註25) Frederick D. Sturdivant, Business and Society: A Managerial Approach, Third Edition, Richard D. Irwin, Inc., 1985, p. 16.

비록 기업의 사회적 책임이 현대사회에서 대단히 중요시 되고 있으나 이를 수행하는 기업의 능력에는 한계가 있기 때문에 제요인에 대한 변인들을 고려하여 상황논적 접근법을 택하는 것이 유연한 대처방법이라 하겠다.

Ⅲ. 社會的 責任에 대한 論爭

기업의 사회적 책임에 관한 본질이나 범위의 문제는 오랫동안 논쟁의 대상이 되어 왔으나 그 중에서도 사회적 책임의 수행여부에 대한 적부가 논자들에 의해 구준히 논의되어 왔다. 기업의 사회적 책임을 지지하는 대표적인 논자는 자코비(Jacoby), 페티트(Petit), 월톤(Walton), 데이비스(Davis) 등이며 대표적인 반대론자는 하이에크(Hayek), 레비트(Levitt), 프르드만(Frediman)등을 들수 있다. 이외에 많은 연구자들이 있으나 본 연구에서는 데이비스와 그의 동료들(Davis et al) 그리고 스테이너(Steiner)가 제시한 찬. 반론을 구분 정리하여 공통적인 이슈들 중심으로 그 논거의 타당성을 설명하고자 한다. 이들이 제시한 입장은(표2-2)와 같다.

1. 社會的 責任에 대한 贊成論

기업의 사회적 책임을 지지하는 이유는 많겠으나 일반적으로 환경변화에 따라 기업 역할이 변하여 기업이 보다 적극적으로 제반사회에 개입하여야 한다는 인식변화에 기인한 것이다. 이같은 배경을 뒤받침하는 연구결과들이 나타나고 있다. 즉 기업은 단기적, 장기적 이익이 없더라도 사회문제를 해결하는데 협력을 해야하며 기업은 사회에 참여해야 한다고 경영자들은 주장하고 있다. 이같이 기업의 사회적 책임을 지지하는 사람들은 환경보호, 소비자보호, 종업원의 안전 및 건강보전, 직무차별방지, 에너지 공급보호, 고령자 보호 및 직무보존을 원하는 사회실천주의자들이다. 일반적으로 기업이 사회참여를 하면 사회적 기대가 충족되어 기업에도 많은 이익이 실현되기 때문에 기업의 비판자나 지지자 모두가 기업의 사회참여를 원하는 것으로 지적되고 있다. 더구나 근래에는 사회적 책임에 대한 인식이 이제는 하나의 經營哲學으로 발판을 굳혀가고 있는 실정이다. 이같은 견지에서 찬성론을 지지하는 입장이 강력히 대두되고 있는데 이러한 제연구자의 견해를 규범적, 실리적, 전략적 관점에서 분류하기도 한다.

〈표2-2〉 사회적 책임의 찬, 반론에 대한 제 연구자의 견해요약

논자	Davis & Blomstorm	Ferderick, Davis, Post,	Steiner & Steiner
찬 성 론	<ul style="list-style-type: none"> * 기업에 대한 공중의 기대변화 * 기업환경의 개선 * 공적 이미지 개선 * 사회문화적 규범 수용 * 주주이익과의 관련 * 사회문제 해결에 유용한 자원보유 * 장기적인 이익과 관련 * 제문제해결에 도움이 됨 * 예방이 치료보다 낫다 	<ul style="list-style-type: none"> * 기업에 대한 사람의 기대와 욕구변화 * 권한과 책임의 균형 * 정부규제에 억제 * 장기적인 이익확보 * 기업에 의해 야기된 사회문제 개선 * 난제해결에 유용한 기업자원 이용 * 예방이 치료보다 낫다 	<ul style="list-style-type: none"> * 사회적 책임을 기업이 맡기를 기대 * 기업의 장기적인 이익 * 정부규제와 공중들의 비난회피 * 법이 충분한 것이 되지 못함
반 대 론	<ul style="list-style-type: none"> * 이익극대화 저해 * 사회관여 비용과다 * 사회문제를 효과적으로 조작할 수 있는 기술과 지각의 결여 * 기업의 기본적 목적 약화 * 기업의 힘이 과도해짐 * 책임감의 결여 * 광범위한 지지상실 	<ul style="list-style-type: none"> * 경제적인 효율과 이익 저하 * 경쟁자간에 불평등한 비용 및 사회에 은의 비용 부과 * 내부적인 혼란 및 부당한 공중들의 기대 * 기업의 힘이 과도해짐 * 기업에 부족한 특별한 사회기술 요구 * 책임감 결여 * 개인보다 기업에 책임 부과 	<ul style="list-style-type: none"> * 기업의 기본적인 기능과 모순 * 사람들은 기업의 가치에 의해 사람들이 지배당하는 것을 원치않기 때문

첫째, 기업은 사회에서 발생하는 문제들을 사회문화적 규범의 차원에서 수용해야 된다고 보는 것이 규범적 관점이다.

① 기업은 사회문화적 규범을 수용해야 한다. 한 연구에 의하면 문화적인 규범은 행동의 강력한 결정요인이 된다는 것이 밝혀지고 있다. 그래서 사회규범이 변화에 따라 기업가의 행동도 변한다. 만약 사회가 사회적 책임의 수행을 규범으로 삼고 기업정책에 관심을 갖는다면 기업가들도 이와 동일한 규범에 의해 불가피하게 통제 받게 된다. 그리고 나아가서는 점차적으로 사회규범도 기업가에 의해 내재화된다. 비록 기업가의 결정이 완전하게 이런 규범에 의하여 결정되지는 않지만 그의 의사결정

은 어느정도 사회적 책임감을 반영할 수 있는 방향으로 이루어질 것이다. 그러므로 기업이 목표로 하는 이익도 대부분 현재의 사회적 규범내에서 추구되는 것이다.

② 사회문화적 규범은 기업의 사회적 책임수행에 도덕적 의무를 부과한다. 그러므로 기업은 도덕적 의무와 윤리적인 규범을 우선적으로 고려하면서 기업의 경제적 목표를 성취해야 한다. 일부 기업들은 공해를 발생시키며 승진, 임금, 고용 등의 분야에 차별적인 관리정책을 적용하여 사회적 불신 및 종업원간의 갈등을 조장하기도 한다. 이런 경우 기업은 문제의 해결을 위해 부정적인 영향요인들을 제거해야 되는데 최선을 다하여 건전한 도덕적 삶의 사회적 분위기를 조성하는데 일조해야 한다. 그러므로 도덕적 의무는 경영자가 주주에게 이익을 환원시키야 하는 의무 등 어떤 다른 의무보다 우선시되어야 한다. 그래서 1970년대 1980년대에 일반대중과 기업지도자들은 사회적 책임의 도덕적, 윤리적인 측면에서 기업윤리를 가장 중요시 하였다.

③ 기업은 사회문제 해결에 유용한 자원을 보유하고 있다. 기업에는 관리적 능력, 직능적인 전문성, 자본이라는 자원이 실질적으로 집결되어 있다고 사람들은 생각하기 때문에 이런자원을 이용해야 한다는 것이다. 이런 세가지 모든 자원을 갖고 있는 사회의 기관들 중에 기업과 비교될만한 기관은 없다. 예컨대 사회 제분야에서 업무를 추진하고 있는 기관들은 특히 경영능력은 부족할 수는 있으나 기업은 이러한 자원에 대해 투자를 광범위하게 하고 있다. 그래서 기업과 사회의 제조직들은 유효한 결과를 초래할 수 있는 방법으로 결합 가능한 것이다.

더구나 기업은 혁신능력을 갖고 있는데 이런 능력은 혁신이 절대적으로 필요한 사회문제에 이용될 수 있다. 특히 기업은 생산적인 자원의 증대에 역점을 두고 있는데 기업의 제한된 자원을 생산적으로 이용하는 과정에 생산성이 향상되는 것이다.

또 경우에 따라서 기업자원은 사회문제를 해결하는데 유리한 환경여건을 조성하기도 한다. 이런 과정에서 사람들을 현실지향적으로 이끌기도 하며, 성취감을 촉진시켜주기도 한다. 즉 기업은 사회에 공여할 수 있는 자원을 가지고 있으며 자원의 활용방법에 따라 개인 및 사회의 발전에 결정적인 계기를 줄 수도 있다.

④ 책임과 권력이 균형을 이룰수 있도록 하기 위해 기업은 사회적 책임을 성실히 수행해야 한다. 모든 조직에는 책임의 철칙이 수반된다. 책임의 철칙이란 장기적인 관점에서 책임질 것을 생각지 않고 권력을 이용하는 사람은 권력을 잃게 된다는 것이다. 예컨대, 유해한 공해물질이 방출되는데도 기업이 아무런 조치를 취하지 않으면 사람들의 강력한 저항에 직면하게 된다. 물론 권력에 수반되는 책임을 성실히 수행하지 않으면 정부나 지역사회로부터 법적 제재나 규제를 받지만 사회의 규범이나

도덕적인 차원에서 지탄의 대상이 된다. 이같이 기업이 법적 책임이나 또는 도덕적 책임에 무감각하거나 외면하면 더우기 그 집단이 강력한 권력을 가진 집단이라면 사람들은 매우 강력하게 대응하고 있는 것으로 지적되고 있다.²⁶⁾ 즉 권력이 크면 클수록 그에 상응하는 책임을 질 줄 알아야 한다. 그래야만 사회의 질서가 유지되며 사회로부터 보다 큰 권력을 이어 받을 수 있는 것이다.

둘째, 기업이 사회적 책임을 수행하면 이점이 있다고 보는 것이 실질적인 관점이다.

① 사회적 책임의 수행은 기업의 장기적인 이익과 관련이 있다. 그래서 사회는 기업이 여러가지 제품을 만들어 주기를 기대하고 또한 기업은 장기적인 관점에서 제품 생산이 기업에 이익이 된다면 제품을 만들어야 한다.²⁷⁾ 때대로 기업에 의하여 취하여 여진 사회적 이니셔티브에 의해 장기적으로 기업의 이익이 증진되기도 한다. 예컨대, 기업이 기술 학교에 지원금을 제공한다면 현재는 비용이지만 머지않아 학생들이 학교를 졸업하면 당해 기업에 입사할 가능성이 높다. 그러므로 기업의 입장에서는 수천만의 비용이 소요되며 심지어는 제품시장에 대한 기업의 시장점유율을 상실할 가능성도 있으나 한편 공중으로부터는 지지와 신뢰성을 얻을 수도 있다. 즉 그 기업은 신용이 있고 믿을만하다는 이미지를 고객에게 확산시키는 역할을 해야 한다. 이같이 기업의 활동을 보호, 관리하면 단기적인면에서는 이익의 감소원인이 되나 장기적인 관점에서 보면 기업의 이익을 증대시키는 방안이 된다.

사회적 프로그램을 위해 지출하는 비용이 때로는 기업에게 부담이 되는 것도 사실이나 사회적인 프로그램을 행하므로써 우호적인 사회환경이 조성되면 장기적인 관점에서는 기업의 이익이 증진된다. 따라서 기업은 때로는 지역사회 문제에 민감해야 한다. 예컨대 지역사람을 고용할 때 보다 간편한 절차에 의하여 고용하면 회사에 대한 근로자의 태도 및 행동이 바뀌며 노동력의 질은 보다 향상되어 이직율, 결근율이 감소되는 경향이 나타난다. 이런 기업의 우호적인 조치로 사회가 개선되면 기업은 재산을 보호하기 위해 낭비하는 재정은 보다 줄어, 범죄는 감소할 것이고, 공공요인을 지원하는데 부담하는 세금은 감소될 것이다. 이같이 보다 좋은 사회에 의해 보다 좋은 기업환경이 조성된다는 것이 모든 측면에서 나타나고 있으므로 이런 입장은 더욱 확산될 것이다.²⁸⁾

註26) William C. Frederick, Keith Davis and James E. Post, *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*, 6th ed, McGraw Hill Book Company, 1988. P.39.

註27) Keith Davis, "The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities," *Academy of Management Journal*, Vol. 16, No. 2, 1973, pp. 312-322.

註28) *Ibid.*, p. 313.

② 주주의 이익을 위해 기업가들은 사회의 특정한 활동에 참여해야 한다. 이것은 기업의 책임성을 강조한 것이다. 책임감이 없다면 경영자는 주주의 이익을 빼앗아가는 것이며 나아가서는 자신의 권리를 포기하는 것이다. 그래서 책임있는 경영자는 핵심적인 종업원을 훈련시키는데 특히 관심을 갖는다. 만약 종업원이 다른 회사로 옮겨간다 할지라도 복합적인 투자자들에게 있어서 종업원을 훈련시킨 효력이 상실되는 것이 아니기 때문이다. 그러기 때문에 기업가들은 특정활동을 지원하는데 개입하면 개입할수록 이익창출을 위한 기회가 많이 개발된다고 믿고 있다.²⁹⁾

③ 공중이미지 개선과 관련이 있다. 기업의 이미지 개선은 기업에 대한 일반인의 태도를 호의적으로 바꾸는데 중요한 구실을 하므로 기업의 이익에도 미치는 영향이 크다. 그러나 사람들의 기업에 대한 이미지는 일반적으로 우리나라나 미국이나 마찬가지로 좋지 않은 것으로 밝혀지고 있다. 더구나 이런 나쁜 이미지는 쉽게 개선되지 않으며 오래지속 된다는 문제점이 있다. 기업이 어떤 문제를 야기하는 경우 대부분의 기업비평가들은 우연한 사건조차도 기업의 불성실한 조치로 나타난것으로 보고 있다. 원래 기업은 사회에 필요한 양질의 제품과 재화를 저가로 공급하여 사람들에게 편익을 도모하여 양질의 삶을 영위할 수 있도록 기여하면서 이익을 획득하는 것이 목적이기 때문에 비의도적인 것이라도 사회적, 도덕적 규범이나 일반적인 가치관과 상반되는 결과가 나타나면 기업의 이미지는 나빠져 기업의 이익획득은 커녕 존립 기반 자체도 위협 당하는 것이다. 이런 실례는 최근에 우리나라에서도 종종 나타나고 있다. 그러므로 사회적 책임이 있는 기업은 사람들의 생활의 질을 개선하는데 최선을 다해야 한다.

기업의 이미지 개선 방법은 여러가지가 있겠으나 공중이 필요로 하는 양질의 제품과 올바른 정보를 바르게 전달해주는 것도 좋은 개선 방법이다. 반드시 이미지 쇄신 운동을 위해 많은 자금이 소요되는 광고 등의 방법만이 바람직한 것은 아니다.

셋째, 기업이 목적을 추구하다 보면 관리적인 측면에서 사회적인 책임을 소홀히 하여 기업에게 부과되는 문제가 발생하는데 이에 대비하여 적극적으로 예방하려는 것이 전략적인 관점이다.

① 정부의 규제를 회피 또는 억제하기 위해서 기업은 적극적으로 사회적 책임을 수행할 필요가 있다. 정부규제를 방지할 수 있는 가장 좋은 방법은 기업이 자발적으로 사회적 책임에 적극적으로 참여하는 것이다. 규제는 기업의 자유재량권을 감소시키므로 의사결정상의 융통성을 제한하고 경제적 비용을 증가시킨다. 이같은 기업의

註29) Keith Davis and Robert L. Blomstorm., op. cit., p. 28.

자유재량권은 기업으로 하여금 시장이나 사회적 요인을 충족시키는데 이니셔티브를 유지할 수 있도록 해준다. 더구나 이런 견해는 민주체계의 기본적인 목표의 하나인 분권적인 권력형태를 유지하려는 경영철학과 일치하고 있다. 정부는 이미 권력의 균형을 위협하는 관료주의와 권력을 집권화한 거대한 기관인 것이다. 그러므로 기업 스스로 사회적으로 책임있는 행동을 하여 새로운 정부규제를 억제할 수 있다면, 공익은 물론 기업의 사적 목표를 달성하는 것이다.³⁰⁾

② 예방이 치료보다 낫다는 것이다. 만일 기업이 현재 존재하는 사회문제를 다루지 않고 미룬다면 이런 행위자체가 사회적인 재앙을 업애버릴 기회를 없애는 것이 된다. 그리하여 나중에는 제품과 재화를 생산하려는 기업의 목표를 달성할 수 있는 여유가 없다는 것을 깨닫게 된다.

2. 企業의 社會的 責任 反對論

기업이 사회적 목표를 추구하면 기업의 경제적 효율이 낮아질 수 있기 때문에 기업은 이익을 추구하는데 전념해야 된다는 것이 기업의 사회적 책임을 반대하는 논자들의 주장이다. 사회적 책임을 수행하다 보면 중요한 제품이나 재화를 공급하지 못하는 경우도 발생할 수 있다. 그래서 정부의 이니셔티브 프로그램을 선호하는 사회 집단들은 기업의 사회개선 참여에 회의적이다. 심지어 기업이 사회적 책임을 수행하는 것은 기업이 가능한 많은 이익을 추구하려는 기업의 의도를 감추기 위해 공중관계를 위장하는 것이라고 지적하는 사람도 있다.³¹⁾ (표2-2)에서 보는 바와 같이 논자들에게 의해 사회적 책임 수행의 저해요인이 약간씩 다르게 분류되고 있으나 그 내용은 거의 비슷하다.

첫째, 기업의 본질적 기능수행이 저해된다. 기업이 사회적 기능을 수행하게 되면 이로 인해 기업의 기본적인 기능과 모순되는 것이 발생할 수 있어 다음과 같은 부정적인 경향이 나타나게 된다.

① 경제적인 효율과 이익이 낮아진다. 기업이 사회적 목적을 성취하기 위하여 기업의 자원을 어느정도 이용하게 되는 경우 기업의 경영효율이 낮아지는 경향이 나타난다. 프르드만(Frediman)에 의하면 자유경쟁기업체제에서 사유재산시스템의 경영자는 기업 소유자의 피고용인이므로 소유자에 대하여 직접적인 책임이 있다. 그러므

註30) Ibid., pp. 36-37.

註31) William Frederick, Keith Davis & James E. Post, op. cit., p.39.

로 경영자는 가능한 한 많은 이익을 원하는 주주들을 위해 노력해야만 한다. 그런데 만약 경영자가 공공관심사에 돈을 써버리면 주주의 승낙을 받지 않고 돈을 쓰는 것이 되므로 주주들은 이러한 방법에 반대하게 될 것이다. 마찬가지로 사회행위로 인해 발생한 비용을 소비자에게 고가로 전가시킨다면 그 역시 경영자는 소비자의 돈을 낭비하는 것이 된다. 이러한 행위 모두가 명시되지 않는 세금이므로 기업이 사회적 책임을 받아들이면 곤란해진다.³²⁾ 이같이 기업이 사회적 행위를 수행하면 주주의 수익율은 기대에 못 미칠 가능성이 높아지며 경우에 따라서는 미래 성장에 필요한 추가자본을 획득하는데에도 어려움에 직면할 수도 있다. 그래서 장기적으로 기업이 사회적 책임을 수행하면 기업비용의 증대, 경쟁력의 감소 및 기대이윤의 저하 등 부정적인 현상이 나타날 수 있다. 반면에 기업의 경제적 과업이 잘 이행되면 기업은 효율적으로 존속할 수 있으며 소비자의 경제적 욕구를 충족시킬 수 있다. 기업의 이익은 과거성과에 대한 보상인 동시에 미래 경제적 활동의 유인이 되는 것이다. 그러므로 잘 계획된 것이라도 비경제적 활동은 경영효율을 낮추는 작용을 한다.³³⁾

② 국제간의 수지균형을 악화시킬 우려가 있다. 이 이슈는 기업의 사회적 책임을 논함에 있어 종종 간과되는 경향이 있으나 실상 대단히 현실적인 문제다. 경영비용에 사회 비용이 추가되면 그 비용은 보상되어야 하기 때문에 흔히 제품가격에 이전된다. 마찬가지로 사회적 활동으로 인하여 고생산성의 기업능력이 약화된다면 경영효율은 보다 낮아지며 생산비용은 높아질 것이다. 만일 사회비용이나 생산효율이 낮은 기업이 사회적 비용을 거의 부담하지 않는 기업과 국제시장에서 경쟁하게 되면 상대적으로 불리한것은 당연하다. 그리하여 매출액이 낮아지면 국제간의 수지균형이 악화된다. 국제수지가 악화되면 국제수지균형이 무너지게 되고 나아가서는 국제적인 금융문제가 일어나기도 한다.³⁴⁾

둘째, 기업에 지나치게 많은 권력을 부여하게 되므로 다원사회가 위협을 받을 가능성이 있다. 기업은 이미 경제적으로 지나치게 큰 힘을 갖고 있어 힘을 갖고 있어 사회의 제분야에서 기업의 영향력이 나타나고 있다. 그런데 사회문제를 해결하기 위해 기업리더에게 더 큰 권력을 집중시킨다는 것은 바람직하지 못하다. 이렇게 되면 사회문제를 다룰수 있을 것이라고 예상된 공공기관들의 권력이 악화되는 경향이 나타난다. 권력을 가장 안전하게 분산시키는 것은 다원사회를 유지하면서 경제적 문제

註32) George A. Steiner and John F. Steiner, op. cit., p. 195.

註33) Wiliam C. Frederick, Keith Davis and James E. Post, op.cit., p. 40.

註34) Keith Davis and Robert L. Blomstorm, op. cit., p. 40.

는 기업에게 그리고 사회적 문제는 다른 기관에게 맡기는 것이다.³⁵⁾ 레비트(Levitt)에 의하면 기업이 본질적 이윤추구의한계를 넘어서 사회적 책임자체를 목적시하는 경향이 일반화되면 사회전체의 지배자로서 군림하게 되어 자본주의가 근본적으로 추구하는 정치적 자유 및 개인의 자유스러운 환경이 저해된다. 이런 경향 때문에 사람들은 권력이 분산되는 다원사회를 원하는 것이다. 즉 사람들은 권력, 권한의 집중 또는 富가 한사람에게 집중되는 것을 원치 않는다.³⁶⁾ 그러므로 사람들은 기업의 가치에 의해 지배당하는 것을 원하지 않는다.

이같이 권력이 기업이나 또는 특정기관에 집중되면 다원사회가 붕괴될 가능성이 높기 때문에 기업의 사회적 개입을 오히려 우려 한다는 것이다. 따라서 기업이 사회적 책임을 수행하는데에는 사회적 합의를 통하여 공감대를 넓히는 것이 중요하다.

세째, 사회적 책임수행에 대한 책무가 불확실하다. 우선 이런 문제가 제기되는 이유는 사회적 책임의 정의가 모호하여 개념이나 실천기준을 마련하는데 어려움이 수반되기 때문이다. 그래서 사회문제 해결을 위한 자원배분이나 해결의 우선순위의 결정 및 방법의 선택 등에 많은 문제점이 제기되고 있다. 예컨대, 사회문제를 개선하려고 노력하는 경우에도 기업과 일반공중간에는 책임영역이 없다. 그러나 만약 지역사회가 기업이 관여하는것이 부적절하다고 하면 기업은 거의 참여할 수 없음에도 불구하고 참여하지 않으면 주민들은 불평을 한다. 이같이 사회적 활동에 대한 직접적인 책임이 없는데도 또한 참여가 허락되지 않음에도 불구하고 기업으로 하여금 사회문제에 대하여 책임을 지도록 하는 것은 모순이다.

사회적 활동의 장은 경제적 재화를 위한 시장의 장과 같지 않다. 시장에서 만족스럽게 사회적 책임을 수행하지 못한 기업은 일반인들의 구매에 책임을 져야한다. 만약 책임을 제대로 수행하지 않았다면 책임을 부과할 수도 있다. 정부의 경우에도 사회적 문제를 해결함에 있어 유권자들에 의해 항상 심판을 받기 때문에 수행결과에 대해 책임을 질 수 있다. 그러나 기업의 경영자들은 공중에 의해 공직에 뽑힌 것이 아니기 때문에 그들의 취한 사회적 이니셔티브가 성공을 거두지 못했다고 해서 그들을 처벌할 수 있는 것은 아니다.³⁷⁾

또 다른 문제는 개인에게 책임을 부과하지 않고 기업에게 책임을 부과하는 문제점

註35) William C. Frederick, Keith Davis and James E. Post, op.cit., p. 42.

註36) Theodore Levitt, "The Danger of Social Responsibility, Guides to Corporate Responsibility," Havard Business Review, Reprinted of Selected Articles, 1958, pp. 27-38.

註37) William C. Frederick, Keith Davis and James E. Post, op. cit., p. 42.

이 있다. 사회적 책임을 수행하는데 있어 관계된 개별기업가에게만 책임을 추궁한다면 잘못된 것이다. 만약 개별기업가가 자신의 돈을 사회복지에 기부하려고 하면 그냥 놔 둘 수 있다. 그러나 그들의 회사의 돈을 기업의 사회적 책임의 명목하에 기부한다면 잘 못된 것이다. 이런 것은 자기자신의 견해를 촉진시키기 위한 편견이거나 또는 특별한 관심을 가진 사람들을 기만하는 연막장치와 같은 것이다.³⁸⁾ 책임은 개인에게 있는 것인데도 사회에 있는 것처럼 느끼는 것은 무엇인가 분명히 잘못된 것이다.

네째, 기업이 효과적으로 사회적 이슈를 처리할 수 있는 능력이 부족하면 책임수행에 과도한 비용이 소요된다.

기업가들은 생산, 마케팅, 회계, 재무, 컴퓨터분석, 인사관리 등에 대하여는 잘 알고 있으나 도시문제, 인종간의 갈등, 세계의 기아문제, 십대들의 약물중독 등에 대하여는 어떻게 대처해야 효과적인지 잘 모른다. 그 이유는 사회문제를 해결하는데 거의 경험이 없거나 훈련을 받지 않았기 때문이다. 이런 사회문제의 책임을 그들에게 전가한다는 것은 크게 잘 못된 것이다. 오히려 정부나 다른 기관들이 수행할 때 보다 효과적일 수 있다.

이러한 사회문제 해결을 위해 기업이 개입하는 경우 발생하는 비용을 어떻게 처리할 것인가의 문제가 제기된다. 이런 경우 아무런 대안 없이 무조건 사회적 의무를 수행하도록 강요한다면 그로 인해 발생하는 부수적인 비용으로 말미암아 경쟁력이 악화될 수 있으며 심하면 도산할 수도 있다. 예를들어 한 국내기업이 외국상사와 경쟁하는 경우 그 기업에 지나치게 높은 수준의 오염통제 기준이나 직무안전 및 엄격한 시장조사로 비용부담이 커졌다면 경쟁여건은 보다 불리해진다.

또한 기업이 관점에서 볼때 사회적 책임 수행비용이 과도하여 경제성이 없다고 판단되면 그 비용을 소비자에게 전가시킬 수 있다. 마찬가지로 정부규제로 기업비용이 가중된다면 기업은 그 비용을 제품가격에 전가시키므로써 생산성은 보다 낮아질 것이다. 따라서 사회적 책임수행에는 은익비용이 수반되는데 이런 비용을 결국 누가 부담할 것인가 등의 문제가 제기된다.

3. 贊反論에 대한 評價

기업의 사회적 책임에 대한 찬·반론은 사회에서 기업의 근본적인 역할을 결정하

註38) Ibid., p. 43.

는데 도움이 되는데 이의 양부를 판단하는 유용한 지침이 있다.³⁹⁾

유효한 찬반론이 현존한다는 것은 兩論 모두가 올바른 해결안이 없다는 것이며, 일부 기업들은 사회문제를 대처하는데 매우 성공적일 수도 있으나 그렇지 못한 기업도 있으므로 몇가지 대안을 고려하여 융통성있는 접근방법을 택하는 것이 가장 현명한 행동과정이며, 찬반의 입장에서 기업의 사회적 이니셔티브의 損益에 관한 것을 공개하는 것이 바람직하다는 것이다. 비록 이러한 지침에 유념하여 사회적 책임을 평가한다할지라도 근본적으로 찬반론에 대한 평가는 평가자의 철학, 가치관, 신념 또는 기업에 기대하는 역할에 따라 달라질 수 있다.

기업의 사회적 책임에 대한 찬반론자들은 모두가 오늘날 대기업의 영향력을 인식하고 있고, 자유경제체제를 기반으로 기업의 영리주의 원칙을 고수하고 있으나, 찬성론자들은 사회적 책임에 대한 기업의 자율성, 적극성을 바탕으로 공익목표의 실현을 위한 기업의 사회적 성취를 필연적인 것으로 보는데 반하여 반대론자들은 사회적 책임의 기업행동은 소극적, 타율적인 것으로 간주하면서 기업의 궁극적인 이윤추구를 성취시키기 위해서는 공익실현에 대해 1차적인 역할수행을 할 필요가 없다고 보는 것이 다르다. 그러나 오늘날 기업의 사회적 책임의 반대론에 대한 논리에 상당한 의문이 제기되고 있다.

첫째, 영리원칙에 의한 기업의 사적 이윤의 보상논리에 대한 타당성이 의문시되고 있다. 기업은 사회를 구성하고 있는 하나의 조직 또는 기관이라고 볼 때 조직간의 상호의존적 관계를 설명하는 시스템논리에 의해 신빙성이 없어지고 있다. 그 이유는 모든 조직이 상호의존적 관계에서 각기 고유한 활동을 추구할 수 있는 것이지 사회제반조직의 대경관계를 경시하면 기업의 영리활동은 많은 제약을 받기 마련이다.

둘째, 기업에 지나치게 권력을 많이 부여하면 민주주의의 다원사회가 붕괴될 가능성이 있다고 하나 만약 이렇게 되면 정부의 개입은 필연적이다. 모든 공익을 구현하기 위해 통제·조정·관리하는 주체인 정부가 기업권력의 비대화로 병폐현상이 일어나면 정부는 이에 대한 대안을 마련하는 것은 당연하다. 즉 사회문제를 도외시한 기업의 활동은 오히려 정부의 개입을 초래하여 자유경제체제의 질서를 무너뜨리는 원인이 된다. 그러므로 기업의 사회적 책임은 기업과 사회의 同時最適化를 꾀하는 것이 아니라 오로지 기업의 사회적 책임만을 강조하는 것은 아니다.⁴⁰⁾

근본적으로 기업의 사회적 책임을 지지하는 자들은 미시적인 차원에서 기업경영을

註39) Ibid., pp. 43-44.

註40) 정재숙, 기업의 사회적책임의 개념정립 실천과제에 대한 연구, 홍익대학원, 1988. p.43.

피하기 보다는 장기적이고 거시적인 안목에서 산업복지 및 사회복지 등의 공익을 실현 성취하는데 적극적으로 참여하여 일익을 담당해야 하는 것이 바람직하다고 보는 것이다. 이렇게 하므로써 기업에 미치는 부정적인 영향 즉 정부의 개입, 공중여론의 악화, 환경오염, 등을 예방 또는 대처할 수 있고, 나아가서는 주주를 비롯하여 이해관계자들에게도 기여하게 되므로 이윤획득이 보다 용이해진다는 것이다. 이런 과정에서 개별경제 나아가서는 국민경제의 발전을 위해 기업은 인적 물적 자원을 활용하여 기업 고유의 역할을 수행하되 전통적인 문화적·사회적 규범을 승계 발전시키고 바람직한 새로운 규범을 수용하여 공익실현에 기여하는 기업이 된다. 이같이 기업이 사회적 책임을 진다고 해서 기업의 경제적 사명이 변하는 것이 아니다. 그 이유는 근본적으로 사회는 기업이 이윤을 획득해가면서 유효한 제품과 서비스를 공급해 주기를 바라기 때문이다. 오히려 사회적 책임은 기업에게 새로운 성과기준을 도입해주는 긍정적인 면이 있다.

기업이 사회적 책임이 대해 소극적이면 공중이나, 정부 또는 유관기관들이 무형적인 압력이나 제재를 받으므로 기업의 본질적인 기능을 수행하는데 많은 어려움이 수반된다. 그 이유는 개방체제에서는 어떤 조직이던 그 조직은 사회의 평가대상이 되기 때문이다. 비록 기업환경의 변화로 사회적 책임이 오늘날 기업내·외의 초미의 관심사가 되고 있으나 사회가 개방화되고 민주화될수록 이런 현상은 더욱 두드러지게 나타날 것이다.

IV. 結 言

지금까지 기업의 사회적 책임에 대한 개념과 형성과정, 정의, 중요성 및 찬반론에 대한 논자들의 의견을 집약 분석한 결과 앞으로도 이에 대한 논쟁이나 관련된 이슈는 계속적으로 제기되리라 여겨진다. 이러한 현상은 민주사회에서 개인의 재산을 최대한 보호하는 사유재산체제를 유지하는데 기업이 차지하는 사회의 비중이 높기 때문이기도 하지만 근본적으로 민주사회 원리가 남과 더불어 사는 사회로서 소수도 함께 존중받는 복지사회의 구현을 목적으로 한다면 공익의 유지가 가장 우선시 되기 때문이다. 즉 최대다수의 최대행복을 실현하기 위해서는 기업의 사회적 책임의 이행은 필수적이다. 더구나 사회가 급변하고 복잡해지는 가운데 물질적인 풍요속에 빈곤과 같은 사회적 문제를 해결하는데에 기업의 역할은 매우 중요하다. 따라서 기업의 사회적 책임과 관련된 이슈는 기업의 성장·발전 및 존속에 지대한 영향을 미치는

것은 명확하다. 기업에게 보다 더 충실한 사회적 책임의 이행을 요구하려면 다음과 같은 분위기가 조성되어야 한다.

첫째, 다윈사회가 될수록 기업에 대한 사람들의 의존도는 증대하므로 기업가나 경영자에게 적극적으로 사회에 참여하도록 유도하되 기업의 권익을 손상시키지 않는 방법을 강구하여 사회규범화를 촉진시키거나 입법하여 제도적으로 뒷받침 해 준다.

둘째, 기업도 스스로 사회적 책임에 적극적으로 동참할 수 있는 대처전략을 마련하여 기업내외로부터 최대한 지원을 받을 수 있는 분위기를 조성하고 종업원에게 사회적 책임 수행의 시대적 사명감을 적극적으로 홍보한다.

셋째, 최고경영자나 기업가에게 대사회관의 인식전환을 꾀할 수 있는 사회적 분위기를 조성하여 이익은 단지 영리 추구활동에 의해서만 획득되는 것이 아니라 사회적 책임을 이행할 때 동반되는 것이라는 사실을 주지시킨다.

넷째, 기업의 사회적 책임수행 결과를 평가하여 기업에게 피이드 백해주며 외압에 의한 강요보다는 자발적으로 참여하면 경영효율이 증대된다는 것을 인식시켜야 한다.

이외에도 여러가지 방안이 있겠으나 가장 선행되어야 할 과제는 기업가의 인식전환 즉 윤리관·가치관이 변해야 한다. 의식의 혁신이 없이는 새로이 이루어지는 것이 없다. 의식전환을 꾀하려면 무엇보다도 기업당사자의 노력이 중요하므로 이러한 변화를 시도할 수 있도록 사회는 기업의 행동을 계속적으로 주지시켜 바람직한 방향으로 이끌어야 한다. 그리고 최고경영자는 自利利他의 철학을 도입하여 기업경영을 하되 自利와 利他가 우선시 되는 상황을 명확히 파악하여 기업전략을 수립 실시하면 보다 유연하게 사회문제에 대처할 수 있다.

앞으로도 사회적 책임의 이슈는 더욱 확대되리라 예견된다. 따라서 실증적 연구를 병행하여 기업의 사회적 책임이 정착화될 수 있는 방안을 계속적으로 모색하는 것이 바람직하다.

參 考 文 獻

國內文獻

- 1) 신유근, 기업과 사회, 경문사, 1989.,
- 2) 양창삼, 현대경영관리론, 대영사, 1987.,
- 3) 이연주, 企業의 社會的 責任에 관한 實證的 研究, 성신여자대학교, 산업대학원, 석사학위논문, 1987.

外國文獻

- 1) Backman J, Social Responsibility and Accountability, New York University Press, 1953.
- 2) Bowen H. R, Soical Responsibilities of the Businessman, Harper and Row, New York, 1953.
- 3) Carroll A. B. "A Dimensional Conceptual Model of Coporate Social Performance", Academy of Management Review, Vol, 4. No, 4. 1974. pp,479-505.
- 4) Davis K, "Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities?", California Management Review, Vol, 2. No, 3. 1980, pp,70-76.
- 5) Davis K, "The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities," Academy of Management Journal, Vol, 16. No, 2. 1973, pp, 312-322.
- 6) Davis K and Blomstorm R. S., Business and Society : Enviornment and Responsibility, Third Edition, McGraw Hill Company, 1975.
- 7) Davis K and Frederick W. C., Business and Society, Fifth Edition, McGraw Hill Book Company, 1984.
- 8) Drucker P. F, Management : Task, Responsibilities, Practices, Harper and Row Publisher, 1974.
- 9) Ells R and Walton C., Conceptual Foundation of Business, Homewood, ILL Irwin, 1961.
- 10) Fitch H. G., "Achieving Corporate Social Responsibility", Academy Management of Review, Vol, 1. No, 1. 1976, pp. 38-46.

- 11) Frederick W. C., Davis and Post J. E., *Business and Society: Corporate Strategy, Public policy, Ethics*, Sixth Edition, McGraw Hill Book Company, 1988.
- 12) Hay R and Gray ED, "Social Responsibility of Business Manager," Academy of Management Journal, Vol, 17. No, 1, pp, 135-143.
- 13) Levitt, T., "The Danger of Social Responsibility Guides to Corporate Responsibility," Harvard Business Review, Reprinted of Selected Articles, 1958, pp, 27-38.
- 14) Jacoby N. H., *Corporate Power and Social Responsibility*, Macmillan Publishing Company, 1973.
- 15) Luthans F and Hodgets R. M., *Social Issues in Business*, Second Edition, Macmillan Publishing Company, 1976.
- 16) McGuire J.W., *Business and Society*, McGraw Hill Book Company, 1963.
- 17) Steiner G and Steiner J.F., *Business, Government and Society: A Managerial Perspective*, Third Edition, Random House, Inc., New York, 1980.
- 18) Sturdivant F. D., *Business and Society: A Managerial Approach*, Third Edition, Richard D. Irwin, Inc., 1985.
- 19) Sethi S. P., "Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework," California Management Review, Vol, 17. No, 3. 1975. pp, 58-64.