

기업의 지역사회 공헌활동에 관한 경제지리학적 논의*

Economic Geographical Discussion on Contribution Activities for Regional Community of Firms

이상석** · 이정록*** · 김종성****

요약

특정 지역에 기업이 입지함으로써 파생되는 다양한 경제적 파급효과와 역동성은 경제지리학 연구의 주요한 주제 중의 하나이다. 최근 기업의 경영활동에서 중요한 요인으로 등장하고 있는 요인중의 하나가 지역사회인 사회적 환경이다. 본 연구는 기업의 비이윤지향적 활동으로 수행되는 지역사회 협력 및 공헌활동에 관하여 경제지리학적 관점에서 접근한 시론적인 연구이다. 특히 본 연구에서는 기업이 경영활동을 수행하면서 기업활동에 중요한 영향을 미치는 지역사회를 위한 다양한 협력 및 공헌활동을 추진해야 하는 논리적 근거나 한계를 규명하는 데 중점을 두었다. 세계적 대기업인 미국의 Kodak사와 DuPont사, 우리나라의 POSCO 광양제철소를 사례로 지역사회 공헌활동의 특징적 요소들을 고찰하고, 이를 바탕으로 기업과 사회의 바람직한 관계설정을 위한 시사점을 제시하고자 한다.

주요어 : 지역협력활동, 사회공헌활동, 사적영역, 공공영역, 기업시민

1. 서론

1) 문제의 제기

최근 들어 지방자치가 실시되면서 지역경제 성장이나 지역발전에 중요한 역할을 담당하는 대기업이나 공장의 유치경쟁이 심화되고 있다. 특히 대규모의 산업단지 조성이나 대기업을 성공적으로 유치할 경우 도시화 촉진을 비롯하여 지역에 미치는 직간접 파급효과가

매우 크기 때문에, 이들 경제활동을 유인하기 위한 우호적 환경조성 노력이 다양한 형식으로 추진되고 있다. 특정 기업의 입지 및 산업단지가 조성됨으로써 지역사회가 크게 변화·발전한 사례로는 자동차와 관련된 울산, 제철산업과 관련된 포항과 광양, 그리고 전자부문의 구미 등 최근 급성장한 주요 산업도시를 들 수 있다.

그러나 최근에 급성장한 이들 산업도시는 국가의 거시적 경제정책에 종속된 상태에서 발전해왔기 때문에 각 지역이 가지고 있는 지역의 개성이 충분히 고려

* 본 논문은 한국경제지리학회 추계정기학술대회(2000. 12. 2. 서울시립대학교)에서 발표된 내용을 수정·보완한 것이다.

** 순천대학교 사범대학 사회교육과 교수

*** 전남대학교 사회과학대학 지리학과 교수

**** 한려대학교 사회복지학과 교수

되지 못했고, 지역의 토착기업이나 지역주민들의 의사가 거의 무시된 상태에서 기업과 기업간 및 기업과 지역사회간 관계가 특정 대기업을 중심으로 형성되어 왔다. 지방자치제의 전면적 확대는 국가가 중심이 되는 지역자원 통제체제로부터 지역 스스로 지역문제를 해결하도록 하는 점진적인 경제환경 변화를 초래하고 있으며, 따라서 지역에 소재하는 대기업과 그 진후방 연계기업 및 지역사회간의 관계 등 지역경제를 구성하는 각 구성원간의 우호적 협력관계가 잠재적 경제발전의 핵심적 요소 가운데 하나로 간주되고 있다. 결국 내생적 발전잠재력을 높이기 위한 지방정부의 재정투자, 하부구조 건설 등 물리적 수단을 제공하는 동시에 지역내 기업간의 관계, 노사관계 및 기업과 지역주민간의 관계를 원활하게 조정하는 일이 지역경제 발전을 도모하는 지방정부의 우선적 과제로 등장하게 되었다(電通總研, 1992).

포항과 광양지역은 제철산업과 관련된 대규모의 단일기업이 입지하여 지역경제가 급격하게 발전한 우리나라의 대표적 기업도시에 해당한다. 사실 1970년대까지만 하더라도 작은 어촌에 불과했던 광양 지역에서 제철소의 입지는 지역경제 구조를 비롯하여 주민의 인식, 도시경관 등의 급격한 변화를 초래했다. 해당 설비가 위치하는 행정구역상 도시 뿐 아니라 광역적 규모에서 도시권의 변화를 촉진하는 결정적 동인을 제공하였다. 그리고 최근에 광양 컨테이너부두까지 개항하면서 광양제철소를 포함하고 있는 광양시는 우리나라의 명실상부한 제철 및 항만도시로 성장하고 있다(이정록, 1999).

광양제철소가 이 지역에 입지한 이후, 외부적 불확실성을 줄이고자 지역사회와 긴밀한 유대 형성을 위한 기업주도의 다양한 노력이 이루어졌다. 광양제철소의 다양한 노력에도 불구하고, 상당수 지역주민들이 제철

산업 입지와 관련된 여러 측면에 대해 여전히 부정적 시각을 유지하고 있기 때문에 외부적 불확실성을 낮춰 보려는 기업의 1차적 목표는 거의 효과를 거두지 못한 것으로 간주된다. 이러한 맥락에서 광양제철소 주도하에 지역사회를 대상으로 시행되어 온 각종 협력활동이 지역의 사회·문화적 변화에 어떤 영향을 미쳤는지, 그리고 지역 대기업으로서 광양제철소가 기업활동에 대한 주민의 요구에 어떻게 대응해야 하는지 등에 대해 이론적으로 검토해보는 것은 지역경제지리학이나 지역 사회학의 관점에서 중요한 의미를 갖는다.

광양제철소는 기업이윤의 지역사회 환원이라는 원론적 기업이념에 근거하여 기업의 1차적 경영활동 이외에 문화체육활동, 교육사업, 사회복지, 지역개발사업 등 각종 지역협력사업을 수행함으로써 지역으로부터 파생되는 불확실성을 낮게 유지하고자 노력해왔다(이정록, 2000). 이들 지역협력활동은 사회·문화적 측면에서 지역의 삶의 질을 향상시킬 뿐만 아니라 경제적 측면에서도 지역경제 발전 및 지방재정 확충에 상당한 도움을 주는 것으로 평가되고 있다. 그러나 이 경우에도 일반적 관점에서 특정 지역에 소재하는 대기업과 타 기업간의 관계 및 대기업과 지역사회간의 관계가 어떻게 정립되어야 하는가의 문제는 여전히 남게 된다. 즉 공간상의 특정 위치를 점하는 경제활동 주체로서의 기업이 그 주변지역과 어떤 관계를 정립해야 하는지, 그리고 왜 그러한 관계를 정립해야 하는지 그 논리적 근거를 밝히는 것은 지역경제 발전을 목표로 삼는 지역정책 수립에 많은 것들을 시사해줄 수 있을 것이다.

2) 연구목적 및 방법

최근 미국과 영국, 프랑스, 일본을 비롯한 선진국에서는 기업이미지 제고에 대한 관심과 활동이 증대되고

있으며, 기업에 대한 지역사회 및 주민의 인식체계가 기업의 성과를 가름하는 중요한 사회적 환경을 형성하는 것으로 인식하고 있다. 공간적 측면에서 기업활동과 일차적 관계를 맺게되는 지역의 사회·문화적 환경이 부정적이거나 비판적일 경우, 기업의 이미지가 악화되기 쉽고 결과적으로 외부비용을 증가시키는 불확실성 요인으로 작용하기 때문이다. 이러한 이유 때문에 선진국의 주요 기업들은 기업이미지 제고를 위해서 일차적 활동공간인 관련기능이 입지하고 있는 주변지역의 사회적 여건을 우호적 상태로 유도하려는 다양한 형태의 지역협력활동 내지 사회공헌활동을 전개하고 있다.

사실상, 기업의 입지가 지역의 변화 내지 발전에 미친 영향에 관한 연구는 지리학을 포함한 사회과학 연구에 있어서 핵심이 되는 연구주체의 하나이다. 본 연구에서는 먼저, 기업의 입지에 따른 경제적 파급효과보다는 기업의 2차적 활동으로서 지역협력활동이나 사회공헌활동이 왜 필요한지, 그리고 그 한계는 어떤 것인지에 대해서 이론적 측면에서 논의해보고자 한다.

이를 바탕으로, 지역협력활동 내지 사회공헌활동이 체계적으로 추진될 뿐 아니라 선진사례로 지적되고 있는 Eastman Kodak사 및 DuPont사의 사회공헌활동 및 그 특성에 대해서 간략하게 고찰한다. 그리고 우리나라 대표적 기업의 하나인 광양제철소의 지역협력활동에 대해 이들 선진국 기업의 그것과 비교 논의한다. 이를 통해서 특정 지역에 입지한 기업이 지역주민의 요구나 일반적 의미에서 지역사회 요구에 어떻게 부응해야 할 것인지, 바람직한 협력관계를 구축을 통한 동반적 지역발전에 도움이 되는 시사점을 마련코자 하는 것이 본 연구의 목적이다. 즉, 지역사회의 일원으로서 각 기업이 어떤 행동규범을 준수해야 하며, 그렇게 행동해야 하는 이유가 무엇인가 하는 문제를 이론적 측면에서 논의해보고자 한다.

본 연구에 필요한 기업의 사회공헌활동에 관한 자료는 1999년 10월~11월의 기간 중 미국 Rochester시에 위치한 Eastman Kodak사와 Wilmington시에 소재하는 DuPont사, 그리고 광양시에 위치한 광양제철소 본부 등 각 기업이나 기업재단의 사회공헌활동 부서 책임자와 직접 인터뷰 내용 및 기업 내부자료에 근거하였다.

2. 기업의 활동영역과 사회적 책임의 구조

1) 기업과 지역사회간 관계에 대한 논의

기업과 지역사회간 관계는 어느 특정 학문분야에서만 한정적으로 논의되기 어려운 학제적 성격이 매우 강한 주제이다. 거의 무제한적이라 할 수 있는 지역사회의 요구와 한정된 자원만을 보유하고 있는 기업간 관계를 어떻게 정형화해야 할 것인가 하는 것이 이들 논의의 실질적 요체이다.

지리학의 관점에서 볼 때, 우선 문제가 되는 것은 '지역사회의 공간적 범위를 어떻게 정의해야 할 것인가'이다. 우리나라의 경우 1980년대까지만 하더라도 특정 기업이 경제적으로 영향을 미칠 수 있는 공간적 범위를 지역사회로 간주했던 반면(신유근, 1986:705), 1990년대에 들어서는 물리적 거리와 접촉정도를 보다 중시하여 기업이 소재하는 곳을 중심으로 지리적 인근 행정구역을 지역사회로 간주하게 되었다(이원규, 1992:32).

기업이 지역사회와 바람직한 관계를 구축·유지하기 위해 행하는 제 활동을 포괄적으로 지칭해서 기업의 사회적 반응이라고 말한다. 그러나 보다 협의적 의미에서 기업과 지역사회간 관계를 규정할 때는 기업의 사회공헌이라는 용어가 보다 널리 사용된다. 이들 개념에서

전제하고 있는 본질적 요소는 기업과 지역사회간의 상호작용인데, 본 연구에서 주로 관심을 두고 있는 것은 지역사회에 대한 기업의 역할 내지 책임이다. 이러한 기업의 사회적 역할이나 책임에 관한 논의는 주로 서구 선진국을 중심으로 활발하게 이루어져 왔으며, 강제적·의무적인 것으로 보는 소극적 관점과 자발성·능동성을 전제하는 적극적 관점으로 구분된다.

기업의 소극적 역할만을 강조하는 학자¹⁾ 들은, 기업이 적극적으로 사회에 참여할 경우 기술부족 및 비용은 초래하게 되어 이윤이 감소함으로써 결국은 파산 상태에 이르게 되며 결과적으로 정부의 개입을 불러들임으로써 자유주의 경제체제가 붕괴된다고 주장한다. 그러나 기업의 제한적 사회 참여에 대해서 비판적 입장을 견지하는 학자들은²⁾ 우선 기업의 강력한 영향력이 기업 자신은 물론 사회의 공익을 위해서도 사용되어야 한다는 점, 이윤을 추구하는 과정에서 발생하는 사회적 비용은 기업이 스스로 부담해야 하며 이를 통해 정부의 규제를 회피하고 대중적 이미지를 제고할 수 있다는 점, 그리고 기업활동은 그 기업이 존재하는 사회 내에서 이루어지기 때문에 사회규범이나 구성원의 요구를 적극 수용해야 한다는 점을 특히 강조한다.

요컨대, 기업의 지역협력활동 내지 사회공헌활동은 기업의 태도면에서 보아 극히 능동적으로 추진되는 사업으로부터 극히 소극적 입장에서 추진되는 사업에 이르기까지 매우 다양하며, 공간적 차원에서는 사업장 소재지와 직접한 인근지역을 대상으로 하는 사업에서 세계 전체를 대상으로 추진되는 사업에 이르기까지 다양한 차원에서 전개될 수 있다.

2) 기업의 행동원리와 활동영역

자본주의 기업은 근본적으로 이윤을 추구하기 때문

에 이윤동기에 입각한 경영활동을 수행한다. 즉 모든 기업이 궁극적으로 이윤을 추구하며 주주, 소비자, 거래처, 종업원의 이익 증진에 관한 한 이윤동기에 입각하여 행동한다. 이러한 기업행동은 가장 소극적 의미에서 기업이 맡아 수행해야 하는 사회적 책임으로, 경영진의 자발적 의사결정 과정을 거쳐 이루어지며 기업의 제 활동영역 중 기업의 자유의지를 전제할 수 있는 사적영역(private sphere)에 포함된다(표 1).

사적영역과는 완전히 상반되는 영역으로, 공공적 과제를 해결하기 위한 공공영역(public sphere)을 생각해볼 수 있다. 국방·호적의 경우처럼 민간부문에서 담당하기 부적절한 과제들이 이 영역에서 처리되며 대개 공공기관이 그 책임을 수행한다. 그러나 공공적 과제 가운데 민간부문이 책임을 수행할 수 있거나, 적어도 그렇게 하는 것이 바람직한 과제도 있을 수 있다. 이 영역이 사적 공공영역(private public sphere)이다. 공해방지 분야나 장애인 고용촉진 등과 같이 기존의 법제도나 사회적 관습으로 정착되어 있는 분야가 그 예에 해당한다. 이 경우 기업은 소극적 의미의 사회적 책임을 수행하는 것으로, 의무적일 뿐 아니라 강제적 성격이 강하다. 또한 입법화나 행정의 관리감독이 필요하지 않지만 아직은 대상자가 소수이고, 사회적 합의가 이루어지지 않아 정부의 대응만으로는 곤란한 분야도 존재할 수 있다. 이 경우에는 기업이 공익목적에서 자발적으로 자유의사에 따라 일정 역할을 수행할 수도 있다.

그밖에 법 제도와 무관하게 민·관 전체가 주체가 되어 적극 관여할 만한 분야도 존재하는데, 이 영역이 다름아닌 사회봉사책임 영역이다. 여기서 기업은 자발적·선택적으로 행동하게 되는데, 지역이나 사회 일반의 편익향상에 관한 분야가 여기에 속한다. 이 영역에서 '기업시민(corporate citizenship)' 자격으로 지역기업이 수행하는 활동을 사회공헌활동이라 말할 수

있다.

3) 기업활동에서 '기업시민' 적 활동의 의의

이제 기업시민으로서 활동이 전체 기업활동에서 차지하는 위상과 사회적 과제의 관계를 논의해 보자. 기업의 지역협력활동이 장차 기업시민으로서 지역사회 공헌활동으로 전개되어야 한다고 본다면, 그 방향과 모델을 제시하는 데 이를 논리적 틀로 사용할 수 있을 것이기 때문이다. 즉 기업도 지역사회 한 구성원으로서 책임과 권리가 있음을 강조하면서, 지역사회 공헌활동의 전략적 수행에 당위성을 부여하고 그 활동 근거를 마련할 수 있을 것이다.

(1) 사회적 과제와 관계

사회에서 해결되어야 할 과제는 사적 과제와 공공적 과제로 분류할 수 있다. 사적 과제란 사회에서 특정 개인·기업·가족이 자신의 이익을 목적으로 하는 과제이며, 공공적 과제는 지역 전체 혹은 전 국민이나 전 인류가 공동으로 추구하는 이익을 목적으로 하는 과제이다. 기업의 고유활동인 영리추구 활동은 자금 조달, 종업원 고용, 원자재 구입, 제품생산·판매를 구성요소로 하는 사적 과제가 된다. 사적 과제 수행과정에서 이루어지는 공해방지 시설의 설치 등은 공공 목적의 공공적 과제에 해당되며, 이처럼 기업의 고유활동과 직접 관계가 없는 분야도 있을 수 있다. 일정 비율의 장애인 고용, 지역행사에 대한 기부행위나 시설개방 등의 활동이 여기에 속한다. 이처럼 공공적 과제에는 기업의 고유활동과 관계된 경우와 그렇지 않은 경우가 모두 포함된다.

표 1. 기업의 제 활동영역과 책임의 범위

과제	과제		기업의 책임구분		행동의 자유도	행동원리
공공적 과제	공공 영역	·민간 부문에서 담당불가 영역(국방)	공공에서 담당			비 이 윤 동 기
	사적 공공 영역	·이미 법제화·제도화된 분야 ·이미 사회적 관습화된 분야 ·향후 법제화·제도가 필요한 분야 중 사회적 합의가 성립되지 않았고 대상이 소수인 분야(신속한 행정적 대응이 곤란한 분야) ·이미 사회적 관습화된 분야 ·법제화와 관계없이 민·관 전체가 주 체적으로 적극 관여할 만한 분야	광의의 사회적 책 임	I. 협의의 사회적 책임 (의무·필수 분야)	·강제적 ·의무적	
사적 과제	사적 영역	·이해당사자 집단의 직접적 이해와 관 련된 영역(주주, 소비자, 거래처, 중 업원 등의 이익 증진에 관한 분야) cf. 지역, 사회 일반의 편익 향상에 관 한 분야는 사적공공영역임		II. 중간영역 강제는 아니지만 기업시민으로서 수행 가능		·자발적 ·자유의사
			III. 사회공헌영역 (의무·선택 분야)			
			경제적 책임		·자발적 ·자유의사	이 윤 동 기

※ □은 기업의 전체 활동영역이며 II와 III의 영역은 기업의 사회공헌활동에 속함

※ ■의 음영 정도에 따라 순차적으로 기업활동이 이루어짐

자료: 企業市民調査研究會(1994:74)

(2) 전체 기업활동에서의 위상

기업의 활동은 사적 영역과 사적 공공영역에서 이루어진다. 중요한 사실은, 기업이 공해방지 시설 설치, 적극적인 장애인 고용, 지역행사 지원 등 공공적 과제를 해결하기 위하여 담당해야 하는 사적 공공영역이 사회환경 변화에 따라 지속적으로 확대되고 있다는 점이다. 사적 공공영역에서의 기업활동을 유형화해 보면, ①입법화에 의한 규제 대상이거나 사회적 관행으로 정착되어 있는 분야(공해방지 시설 설치나 장애인 의무 고용 등), ②아직 입법화가 이루어지지 않고, 대상자가 소수인 관계로 사회적 합의가 이루어지지 않아 행정의 신속한 대응이 곤란한 분야(최근 논란이 되고 있는 제조물 책임법, 외국인 노동자 문제 등), ③입법화 여부와 관계없이 공공이나 민간부문이 적극적으로 책임져야 하는 분야(소비자·주주에 대한 정보 제공, 지구환경 문제나 자원재활용 문제 등), ④개인, 행정, 기업, 지역사회, 국가 등 어느 누구나 참여 가능한 분야(지역 문화 형성, 국제교류, 문화·예술분야 지원 등)으로 구성된다.

첫째 유형의 경우, 기업은 법정기준을 엄수할 사회적 의무가 있기 때문에 이미 법제화된 내용을 당연히 수행해야 한다. 이는 기업시민 활동에 포함되지 않으며, 강제적·의무적이어서 협의의 사회적 책임에 해당한다. 나머지 유형은 사적 공공영역에서 자발적이고 자유로운 의사결정에 따라 수행되는 기업활동으로서 기업시민 활동에 해당된다. 예를 들어 공해방지 시설이나 장애인 고용에 있어 기업이 자발적으로 법정기준 이상의 책임을 수행할 경우는 이를 기업시민 활동이라고 말할 수 있다.

기업시민 활동으로 수행되던 사적 공공영역의 활동이 사회적 요청에 따라 법제화되고, 이를 준수하는 정

도의 활동이라면 역시 소극적인 사회적 책임을 수행하는 셈이고 따라서 기업시민활동으로 보기 어렵다. 이들 간의 경계는 사회적·시대적 상황에 따라 달라질 수 있으나 포괄적으로 광의의 사회적 책임에 포함된다. 그러나 기업이 사적 영역에 속하는 주주·종업원·거래처 등 직접 이해당사자 집단에 대한 책임을 수행하는 것은 경제적 책임이며 광의의 사회적 책임과는 다르다.

(3) 기업의 행동원리로 본 기업시민 활동

기업의 행동원리를 영리추구와 비영리추구 동기로 나눈다면, 사적 영역의 기업활동은 기업 존립에 필요한 성장성·수익성·생산성 향상을 위해 결코 강제될 수 없는 자발적 활동이다. 공공영역은 국민이나 주민의 복리증진 등을 목적으로 하는 비영리 활동으로, 시장 메커니즘을 통해 효과적으로 공급될 수 있는 영역이 아니다.

여기서 문제는 사적 공공영역이다. 사적 공공영역의 과제는 공적 성격이 강해서 이윤 추구 목적의 활동으로는 부적합하며, 순수하게 자발적인 경우를 제외한다면 기업이 이 영역의 과제를 수행하면서 투자에 대한 일정 이익을 기대하게 된다. 여기서 이익은 금전적인 것으로 한정되지는 않으며, 이미지 제고나 기업문화 발전까지도 포함한다. 사적 공공영역에서의 기업활동은 금전적 이익을 돌려주지는 않지만 간접적·장기적으로 보아 이익이라는 전제하에 적극 수행할 만한 영역이다.

역사적으로 기업의 성장·발전은 사회적·시대적 요청에 따라 공공적 과제의 수행 범위를 확대해 온 과정이었으며, 그러한 방향으로 기업의 행동기준이나 경영전략을 변화시켜 왔다고 볼 수 있다. 이제는 환경문제가 기업이나 개인 차원에서 해결할 수 없는 영역이 되었다는 사실에서 알 수 있듯이, 앞으로 기업은 직·간접으로 관계를 맺고있는 지역공간 또는 보다 추상적

의미에서 지역사회와 공존공생을 추구하는 등 사적 공공영역의 활동을 충실히 수행하는 것이 기업의 존립 및 발전에 도움된다는 전향적 사고를 수용할 수밖에 없다.

(4) 사적 공공영역을 담당하는 주체로서 기업

담당 주체의 측면에서 보면, 사적 공공영역의 과제는 공공적 과제이지만 규모나 재정 등의 이유 때문에 행정적 대응만으로는 해결하기 곤란한 분야도 포함하고 있다. 과제의 특성에 따라서는 민간부문이 주체가 되어 공동 대응할 경우 사회적 비용이나 효과 면에서 유리한 분야가 있는데, 이 분야에 기업의 참여가 필요하게 된다. 이 영역의 과제를 해결하려면 행정 뿐 아니라 기업·시민 등 구성원 상호간의 역할 분담이 전제되어야 한다. 이 영역에서는 공익 법인이나 시민단체 등 비영리단체의 역할도 한층 중요한 의미를 갖는다. 따라서 다양한 주체 사이의 역할분담이나 협력관계를 어떻게 구축해 갈 것인가, 혹은 기업시민적 사회공헌활동이 이들 관계에서 담당해야 하는 역할 등을 감안하여 기업의 지역사회 공헌활동이 전개되어야 한다.

4) 기업의 사회적 책임 구조와 범위

기업의 사회적 책임에 대한 논의는 자본주의 발달 과정에서 대두되어 온 문제로 그 내용과 범위는 시기에 따라, 그리고 국가별로 상이한 양상을 보인다. 그렇다면 기업의 사회적 책임에 관한 논의에서 기업이 전개하는 사회공헌활동의 근거는 무엇인가?

사회공헌활동(philanthropy)³⁾은 민간부문에 의한 공익목적의 비영리활동으로 주체는 개인이다. 그러나 현대사회에서 기업은 가장 힘있는 조직의 하나이고 따라서 기업의 사회공헌활동은 사회적으로 큰 의미를 갖는다. 현대사회에서 기업은 재정·인적 자원 뿐 아니라

정보·경영·기술적 노하우 축적에 있어서도 가장 풍부한 조직으로 상당한 권력을 가진 존재이다. 따라서, 유력한 대기업의 활동은 모두 기업 자체는 물론이고 국민의 관심사가 된다. 많은 자원을 보유하며 힘이 있다는 것은 그 만큼 사회에 공헌해야 할 당연한 의무(noblesse oblige)를 의미하며, 일반 국민은 기업에 대해 사회의 한 구성원으로서 책임을 다해 줄 것을 기대하게 된다. 대다수 국민은 기업의 규모와 능력이 그처럼 커진 것도 소비자를 비롯한 사회 구성원 전체로부터 힘입은 바 크다고 생각하기 때문이다.

기업의 사회적 책임에 관한 논의에서는 일반적으로 기업의 사회적 책임을 3가지로 분류하여 논의한다. 첫째는 기업 고유의 경제적 기능을 추구해야 할 책임(표 2의 I)이며, 둘째는 경제적 이윤을 추구하면서 이해관계자의 편익 증진을 충분히 고려하거나 이를 위해 법정기준보다 엄격한 기준에 따라 자기규제를 가해야 하는 윤리적 책임(표 2의 II-1과 II-2), 그리고 셋째는 사회환경 개선이나 사회문제 해결을 위해서 기업이 보유한 자원을 적극 활용해야 할 책임(표 2의 III)이다. 이들 각각을 지칭하여 '경제적 책임', '수탁자 책임', '사회봉사 책임'이라고도 한다.

기업의 사회공헌활동은 사회적 존재로서 기업이 수행해야 할 책임 중 사회문제 해결이나 문화활동에 대한 지원 등 기업의 고유활동과 직접 무관한 여러 분야에서 자발적으로 사회발전에 기여하고자 하는 제 활동이다. 전술한 기업의 3가지 사회적 책임 중 수탁자 책임에 속하는 적극적 관여책임(표 2의 II-1)과 사회봉사 책임(III)이 적극적 의미에서 기업의 사회적 책임이며, 이를 수행하기 위한 기업활동이 기업의 사회공헌활동이다. 이는 지금까지 '이익의 사회 환원론'과는 다른 동기, 즉 기업(또는 기업가)에 의한 자선 동기가 아니라 전혀 다른 관점에서 기업이 전략적·능동적으로 수행해야

표 2. 기업의 사회적 책임의 구조, 범위, 실례

구 분	경제적 책임(Ⅰ)	수탁자 책임(Ⅱ)		사회봉사의 책임(Ⅲ)		
		자기규제책임(Ⅱ-1)	적극적 관여의 책임(Ⅱ-2)			
정 의	<ul style="list-style-type: none"> • 각종 법률 규제사항을 준수하고, 소비자 욕구에 부합하는 상품 서비스의 생산공급을 효율적으로 수행하여 소비자, 주주, 종업원의 이익을 증진시킬 책임 	<ul style="list-style-type: none"> • 엄격한 법정기준을 준수하면서 사회공익을 위한 활동을 수행할 책임 • 이를 기업윤리의 책임이라 함 	<ul style="list-style-type: none"> • 법정기준 이상으로 이해당사자의 편익향상에 관여 할 책임 • 사회공헌활동의 일부로 간주되고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 기업의 고유 업무와 직접 관계가 없는 분야에 대해서도 공공목적을 위한 경영자원의 적극 활용 및 제공의 책임 		
실례	주 주	<ul style="list-style-type: none"> • 이익 확대, 적절한 배당 실시, 정당한 권리 부여 	<ul style="list-style-type: none"> • 대주주와 소액주주를 차별하지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> • 적극적인 정보 제공 		
	종업원	<ul style="list-style-type: none"> • 노동관계법 준수 • 종업원 생활향상 도모 	<ul style="list-style-type: none"> • 고용 및 승진 등에 있어서 차별하지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> • 적극적인 복리후생 		장애인의 적극 고용
	고 객	<ul style="list-style-type: none"> • 욕구에 부합하는 상품의 생산과 공급 	<ul style="list-style-type: none"> • 차별/과대광고 금지 	<ul style="list-style-type: none"> • 법정기준 이상의 책임 수행 		<ul style="list-style-type: none"> • 저소득층에 대한 무료나 열가제공
	거래처	<ul style="list-style-type: none"> • 독점금지법 준수 	<ul style="list-style-type: none"> • 거래관계에서 차별금지 	<ul style="list-style-type: none"> • 적극적 기술공유 이전 		
	지 역 사 회	<ul style="list-style-type: none"> • 고용창출에 의한 지역경제의 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> • 공해방지대책 등에 있어서 법정기준 준수 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역민들의 우선적 고용 • 지역민 복리증진에 기여 		<ul style="list-style-type: none"> • 각종 편의시설 개방
일 반 사 회	<ul style="list-style-type: none"> • 국가 : 정직한 납세 	<ul style="list-style-type: none"> • 국가 : 무역마찰을 일으키지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> • 국가 : 사회자본의 확충, 사회문제 해결에의 참여 	<ul style="list-style-type: none"> • 국가 : 문화, 보건, 복지, 의료활동 지원 		
국 제 사 회	<ul style="list-style-type: none"> • 직접투자에 의한 고용창출, 기술이전 	<ul style="list-style-type: none"> • 현지경제를 혼란시키지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> • 세계경제발전에 대한 적극적 기여 	<ul style="list-style-type: none"> • 지구환경문제 해결에 적극 참여 • 기아, 재난 등 지원 		

* 기업의 사회적 책임범위는 사회변화와 함께 Ⅰ에서Ⅱ-1, Ⅱ-2, Ⅲ영역으로 확대되고 있음

하는 사회적 역할을 의미한다.

사회공헌활동을 기업의 사회적 책임 수행 과정으로 수용하는 미국이나 일본 기업에서 찾아볼 수 있는 중요한 흐름은 이를 전략적 차원에서 수행하고 있다는 사실이다. 우선, 기업이미지를 소프트한 무형 자산으로 간주하고 사회공헌활동을 통해 기업 이미지를 제고시키려는 전략, 둘째, 기업이 적극적으로 사회문제 해결에 참여할 경우 단기적으로는 외부비용을 증가시키지만 장기적 관점에서는 오히려 이익을 제공할 수 있는 투자의 일환으로 간주하는 '교화된 자기이익' 추구 전략, 셋째, 기업이 사회변화의 능동적 주체임을 인식하여 지

역발전과 지역공동체 형성에 도움되는 지역사회 연대를 중시하는 전략 등 전략적 차원에서 지역사회 공헌활동을 전개한다. 결국 미국이나 일본 등 주요 선진국 기업들은 좋은 기업시민(good corporate citizenship)을 목표로 지역사회 공헌활동을 전개한다.

결국, 기업은 보유자원을 공익 목적에 적극 활용할 책임이 있으며, 각종 사회문제 해결을 위한 다양한 공익활동을 통해 소비자 욕구나 주주의 이익 뿐 아니라 보다 넓은 의미에서의 이해당사자 집단의 이익까지 개선해나가려 한다.

한편, 기업의 사회적 책임의 범위는 사회변화와 함

계 점차 <표 2>의 I에서 II-1, II-2, III영역으로 확대되어 간다. 이는 곧 고도의 경제성장과 함께 기업의 사회적 영향력도 확대되며, 사회적 권리 확대에 따른 이해당사자 집단의 사회적 압력과 요구가 증대될 뿐 아니라, 경영환경의 변화에 대한 경쟁력 제고의 필요성 역시 증대되기 때문이다. 즉 기업의 국제경쟁력 향상을 위해서는 기업의 기술적 능력 뿐 아니라 기업이 속해 있는 사회의 균형 있는 발전과 성장이 필수화된 것이다.

(1) 경제적 책임

경제적 책임은 법률 및 규제를 준수하고 사회에서 요구하는 상품과 서비스를 효율적으로 생산·공급하여 소비자나 주주·종업원의 이익을 증진하는 기업 고유의 책임이다. 이윤을 최우선적으로 추구하기 때문에, 결과적으로 고객 만족, 주주의 이익보장, 종업원의 생활 향상 등에 대한 책임을 강조하게 된다. 지역사회에 대해서는 지역주민 고용이나 납세를 통해 재정적으로 기여하면 된다는 소극적 태도를 취한다. 기업이 가장 중시하는 경제적 책임에는, 보이지 않는 손에 의해 자원이 효율적으로 배분되어 사회적 복지수준이 향상된다는 인식이 저변에 깔려 있다.

그러나 시장경쟁이 불완전하거나 외부적 불경제가 존재하는 경우, 기업의 이윤추구는 사회적 편익향상에 도움이 되지 않기 때문에 효율을 높이고 이를 개선하기 위해서 실제로는 기업에 대해 다양한 규제를 가하게 된다. 따라서 경제적 책임에는 묵시적으로 규제나 법률을 준수할 의무가 부과되어 있다고 볼 수 있다.

경제적 책임의 예를 들자면 주주에 대한 이익 배당이나 주주의 권리 인정을 비롯하여, 적정 수준의 임금을 유지하고 노동관계 법을 준수하는 동시에 생활향상을 도모하는 것, 고객 및 거래처에게 소비자 욕구에 부

응하는 양질의 제품을 싼 값으로 판매하거나 독점금지법을 준수하는 경우 등을 들 수 있다. 또한 지역사회에 대해서 고용창출에 의한 지역경제 발전을 제공하거나 법정기준의 공해대책을 마련하고 이를 준수하며, 전체 사회나 국가에 대해서는 납세를 통한 재정적 기여를, 국제 수준에서는 직접투자에 의한 고용창출이나 기술 이전을 통한 기여를 도모한다. 이러한 행동은 기업에 관련된 각 이해당사자 집단에 대한 책임을 수행하지만, '책임수행' 보다는 '이윤추구'를 보다 중시한다는 점이 특징이다.

(2) 수탁자 책임

기업은 주주를 비롯한 종업원, 고객, 거래처, 지역사회 등 다양한 집단과 상호적 이해관계 하에서만 존립가능하며 기업의 경제활동은 바로 이들로부터 위탁 받은 것으로 보는 기업관이 수탁자 책임의 바탕논리이다. 수탁자 책임은 기업의 고유기능을 추구하면서 단지 주주 뿐 아니라 이들 이해관계자(stakeholder)의 편익 향상을 위해 자원을 적극적으로 활용해야 함을 의미한다.

이는 경영활동에 대한 영향력 행사가 가능한 이해관계자 집단의 편익향상을 배려하는 책임으로, 두 가지 형태로 분류된다. 즉, 법정기준을 보다 엄격히 지키는 등 자기규제를 통한 윤리적 책임과 단기적 이익실현을 유보하면서 사회 전체의 이익을 적극 배려하는 적극적 관여의 책임을 말한다. 이처럼 사회 전체를 대상으로 하는 기업의 책임수행 행위는 사회공헌활동의 일부로 간주할 수 있다.

수탁자 책임 혹은 윤리적 책임은 다음 두 가지 이유에서 기업의 사회적 책임에 포함되며, 이 책임영역은 사회의 발전 변화와 더불어 계속 확대되고 있다. 하나는, 대기업이 출현하고 수탁자라는 개념이 등장하면서

자본과 경영의 분리가 진행되던 시기에 미국에서 통용된 기업관으로, 경영자는 주주의 이익 뿐 아니라 이해관계자 집단을 대변하는 대리인이라는 입장으로까지 확대된 결과이다. 즉 기업은 다양한 이해관계자 집단과 상호관계를 형성하기 때문에, 경영자는 사회로부터 모든 이해관계자들의 이익을 위해 노력할 것을 위탁받았다는 입장이다.

다른 하나는 '정부의 실패'에 관한 것으로, 정부가 기업에 대해 행사하는 각종 규제나 주도권이 여러 측면에서 보아 효율적이지 못하다는 점을 강조한다. 기업은 단순한 법이나 규제 준수의 차원을 초월하여 이해관계자에게 관심과 배려를 제공하지 않으면 실질적인 사회적 편익 향상을 기대할 수 없다는 것이다. 현대사회에서 기업은 이윤추구 뿐 아니라 사회적 편익 향상이라는 책임을 사회로부터 위탁받았기 때문에, 경제적 책임의 이행만으로는 기업의 사회적 역할을 다한 것으로 볼 수 없다. 미래의 기업은 이윤을 추구하면서 기업활동에 크게 영향을 미치는 이해관계자 집단의 편익과 손실에 대한 책임을 더욱 강하게 요구받을 것임이 분명하다.

(3) 사회봉사의 책임

기업의 고유업무와 직접 관련이 없는 분야에 대해서도 공익을 목적으로 기업이 보유한 물적·인적·재정적 자원과 기타 경영 및 기술적 노하우 등 다양한 자원을 적극 활용하는 책임을 말한다. 시민사회의 일원으로서 기업도 광범위한 사회분야에서 공익을 위해 각종 사회문제 해결에 적극적·자발적으로 기여해야 한다는 것이다. 사회봉사책임은 경영환경의 변화에 따라, 최근 미국이나 일본 등 주요 선진국의 기업들이 글로벌 경영의 일환으로 수행하고 있는 사회봉사활동의 근거가 되고 있다.

복지·문화 분야의 공익사업은 공공부문의 책임이

지만, 사회봉사 책임의 수행차원에서 기업이 자율적으로 정부조직의 활동을 보완하고 지원할 때 그 사회적 효과가 더욱 증대된다는 점에서 기업의 참여가 인정되고 있다. 정부조직이 경영기법을 도입하여 효율성을 제고하려는 움직임이나 공공성의 구조전환으로 공사(公私)간 역할분담 필요성이 제기되면서 공공성이 큰 준공공영역에 대한 기업의 사회적 역할 기대치가 증대되고 있다.

사회봉사 책임은 사회문제 해결 등 공익을 증진하는 데 적극 참여하는 자세로, 다음과 같은 점 때문에 전술한 수탁자/윤리적 책임과 구별된다. 우선, 기업 고유의 활동과는 전혀 무관한 사회문제 영역까지도 관여한다는 점에서 다르다. 수탁자 책임은 기업의 본원적 활동을 원활하게 하는 데 목적이 있지만, 사회봉사 책임은 반대급부를 바라지 않는 경우가 대부분이다. 최근 미국, 일본의 기업들은 사회공헌활동을 기업의 미래를 위한 필요불가결한 선행투자 쪽으로 인식하고 있다. 즉 단기적·직접적 이익은 없지만 '교화된 자기이익'과 밀접하게 관련되어 있다는 인식이 정착되고 있다. 또 다른 하나는 책임 대상의 차이에서 찾아볼 수 있다. 수탁자 책임의 주요 대상은 주주·고객·종업원·지역사회 등 기업의 본원적 활동과 직접 관련된 집단인 데 반해, 사회봉사 책임의 대상은 기업의 일차적 활동과는 무관하게 보다 광범위한 일반사회 전체를 대상으로 삼는다. 셋째로 활동 내용에서도 차이를 보인다. 즉 수탁자 책임은 고유업무를 중심으로 인사관리나 생산관리, 경쟁전략 등을 통해서 사회공헌활동을 실현하지만, 사회봉사 책임은 고유업무와 전혀 무관한 영역에서 다양한 방법으로 활동을 시행한다. 역사적으로 볼 때, 수탁자 책임이 기업과 사회의 이해관계 확대에서 유래했다면, 사회봉사 책임은 시민사회의 전통에 기업이 참여하는 과정에서 이루어졌다고 볼 수 있다.

3. 주요 기업의 지역사회 공헌활동과 특성

1) Eastman Kodak사의 사례

세계 도처에 지사를 두고 있는 다국적 기업인 Eastman Kodak 사의 사회공헌활동 목표는 종업원의 자긍심 고양, 공적 신뢰관계 구축, 교육 진흥, 지역사회 요구에 부응, 기업의 이미지 제고 등으로 압축된다. 크게 3개의 영역으로 나누어 지역사회공헌활동을 시행하고 있는 바 ①지역사회 활성화, 환경, 예술, 문화 영역⁴⁾, ②교육영역⁵⁾, ③보건 및 대인봉사 영역⁶⁾ 이 바로 그것이다. 지역사회 개발 영역의 경우 경제개발·환경·문화·예술 등의 분야, 저소득층의 생활수준을 향상시킬 수 있는 프로그램, 노동 숙련도를 증진시킬 수 있는 프로그램, 지역경제를 촉진하기 위한 경제개발 활동, 지역사회 및 회사의 공통 관심사에 관한 객관적 정보의 수집·배포 프로그램 등을 집중 지원한다. 교육영역의 경우는 유치원을 비롯하여 초·중·고등학교 교육, 다양성 교육, Kodak 사와 특별한 관계를 맺고 있는 학교, 그리고 대학에 대한 지원⁷⁾ 등 다양한 수준에서 이루어진다. 보건 및 대인서비스 영역에서는 Kodak 소재 지역사회에서 보건·인적 서비스를 제공하는 각종 단체나 조직을 우대하며 Kodak사에게 중대한 이해를 제공해주는 전국적 단체나 조직을 집중적으로 지원한다.

비영리 단체 및 프로그램에 대한 재정지원 규모⁸⁾는 이사회에서 승인을 받아야 한다. 이에 필요한 재원은 직전 회계연도에 회사가 거둔 수입의 일정 비율과 1952년 이사회에서 설립한 Kodak 자선재단 수입금으로 충당한다. 자선재단은 Kodak 사의 주식 및 현금으로 성립되며 자선활동 및 교육 지원에 목적을 두고 있다. 재원이 한정되어 있기 때문에 회사의 자선활동은

법인의 투자활동에 준해서 관리되는데, 다수의 현재적·잠재적 종업원들이 거주·일하고 있는 지역사회의 사회적 요구를 우선적으로 지원하되 취업, 기술개발, 시장개척, 공공정책 효과, 다양성, 환경 등 회사의 세계적 목표를 반영하여 선정한다.

재단의 지원을 받을 수 있는 단체⁹⁾는 미국내의 비영리 단체나 조직, 미국에 소재하지 않는 단체 중 이와 동등한 자격을 갖추었다고 충분히 인정되는 단체 등이며, 해외 Kodak 법인들은 교유의 생산·연구·마케팅·과학·지역사회 관심사 등과 관련된 프로그램을 운용 가능하다¹⁰⁾.

지원요청서¹¹⁾의 내용에는 반드시 단체의 목적, 지원 규모, 지원금의 용도, 단체의 법적 명칭(IRS form 990에 공적으로 인정된 단체), 과거 Kodak 사로부터 받은 지원 내용 등이 포함되어야 하며 단체의 재정 지출내역¹²⁾, 가장 최근에 제출한 IRS form 990¹³⁾, 이사회 의 인적사항 등이 첨부되어야 한다.

2) DuPont사의 사례

DuPont사의 본사는 Delaware의 Wilmington에 소재하며 Detroit의 자동차 사업본부, Tokyo의 전자사업본부, Houston의 석유화학 사업본부 등으로 조직되어 있어서 이들 3개 사업본부(Worldwide business headquarter)는 주요 고객 및 중심시장 인근에 입지시키고 있다. 실제로 DuPont사는 40개국, 200개소 이상의 장소에 제조 및 가공 시설을 운영하고 있다.

DuPont사가 사회공헌활동의 바탕으로 삼고 있는 기본철학은 첫째, 건강한 사업은 건강한 지역사회 번영을 절대 필요로 한다는 인식에 근거한다. 즉 사업장이 위치하고 있는 세계 도처 지역사회의 지속가능한 발전 노력을 지원함으로써 지역사회의 생동감을 고취하고,

삶의 질을 제고하는 데 전념토록 한다는 것이다. 지속 가능한 지역사회는 사회적 진보, 경제발전, 환경적 수월성간 상호의존 관계를 전제로 성립될 수 있다고 전제한다. 둘째는 재정적 지원과 직원들의 능동적 자원봉사 참여를 통해서, 지역사회의 지속가능성을 유지해주는 프로그램 및 비영리 단체를 지원하도록 하는 것이다.

DuPont사에서 추진하는 사회공헌활동의 핵심 지원대상 분야는 지역공동체, 환경, 교육 등 3개 영역이다. 우선, 지역공동체를 지원하는 이유는 사회적 진보란 주민들이 기회를 얻을 수 있을 경우에 비로소 가능하다고 보기 때문이다. 즉 기회에 접근 가능하게 되면 개인의 잠재력 개발이 가능할 뿐 아니라, 보다 나은 삶을 영위할 수 있고, 결과적으로 지역경제 발전에 보다 많이 기여함으로써 성공의 결실을 나누어 가질 수 있다고 본다. Dupont사는 특히 기회에 대한 접근성을 제공하는 프로그램, 공동체의 역할을 활성화하는 프로그램, 자급자족을 추구하는 프로그램에 많은 관심을 두고 있다. 또한 자사 직원의 자원봉사활동을 수반하는 프로그램, 목적·목표가 명확하고 그 결과에 대한 평가계획이 명확한 제안, 장기간에 걸쳐 지속적으로 성과가 산출되도록 계획된 프로그램의 경우 DuPont의 지원을 받는데 있어 긍정적 영향을 미치게 된다.

환경개선 분야에 있어서는 DuPont사의 핵심 사업영역을 감안하여 환경의 질과 관련된 네 가지 영역¹⁴⁾에서 중요하면서도 평가 가능한 성과를 도출해내려는 노력을 우선 지원한다. 특히 공개적이면서도 신뢰할 만한 환경관련 행사 개최기록을 가진 단체, 현금 이외의 자원(예: 부동산, 제품, 인적자원 등)을 임차하는 제안서, 지역기반 단체 정부 산업체의 공동 노력을 도모하는 제안서, DuPont사 직원을 동반하는 프로그램, 회사에 대한 평판 및 이미지 제고에 도움되는 프로그램 등은 지원의 긍정적 검토 대상이 된다.

교육 영역에서는 세계 각국의 대학들을 대상으로 첨단분야 연구기회를 제공하는 한편, 다양한 문화·민족적 배경을 가진 유능한 인력들이 회사에 입사할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 그밖에도 미국에서 취학전~12학년 교육의 지속적 개선을 지원하는 프로그램¹⁵⁾을 운영하고 있다.

일단 접수된 지원신청서¹⁶⁾를 검토하여 지원여부를 결정하게 되는데, 지역협력위원회와 교육지원위원회 등 2개 위원회별로 사안을 분류하여 검토하게 된다. 지역협력위원회(Committee on Contributions and Memberships)에서는 교육부문 이외의 재정지원 협력을 담당하며 대개의 지원은 본사소재 지역사회 및 DuPont 사업장이 소재한 지역사회를 대상으로 하는 프로그램에 한정된다. 한편 교육지원위원회(Committee on Educational Aid)에서는 대학이나 K-12 프로그램 등 교육기관에 대한 협력사업을 담당하되 교육기관의 기금 및 자산 모금운동은 지원하지 않는다. 그리고 위원회의 검토 결과는 반드시 지원신청자에게 문서로 통보하며 직접 접촉은 허용하지 않는다.

사회공헌활동의 기본철학으로서 DuPont사가 지향하는 인간중심주의 및 기업의 사회적 책임에 대한 수용의지는 다양한 방식으로 표출되고 있다¹⁷⁾. 전 세계 어느 곳에서든 사업장이 위치하는 지역사회의 일원으로서 지역사회와 공동운명체라는 인식이 강하게 반영되어 있다. 소수집단의 사업(Minority Businesses)에 대한 관심 역시 높는데, 소수집단의 납품업자들과 양호한 파트너쉽을 형성함으로써 양측에 모두 도움되는 사업 기회를 창출하려는 TEMPO(To Encourage Minority Purchasing Opportunities) 프로그램이 그 대표적 예이다. DuPont사는 이 프로그램을 통해서 소수집단 납품업자들로부터 연간 3억~4억 달러 규모의 재화·서비스를 구매하여 세계 각국의 사업장에 제공하고 있다.

3) POSCO 광양제철소의 사례

우리나라 기업들은 대부분 재단법인을 통한 사회봉사활동이 지역협력활동 내지 사회공헌활동의 주류를 이루고 있다. 사실상 이들 지역협력활동은 해당기업의 공장이나 사업장이 입지하고 있는 특정 지역을 대상으로 하기보다 전국적 규모에서 광범위하게 시행된다. 그러나 POSCO의 경우, 다음과 같은 몇 가지 점에서 우리나라의 일반적인 대기업과 구분되는 특성을 갖고 있어, 지역협력활동에 대한 접근방식에서 차이를 보이고 있다.

우선 최근 기업의 민영화가 추진되고 있기는 하나, 출발 당시부터 POSCO는 사적 이윤의 극대화를 목표로 하는 민간기업과 달리 공공기업의 성격이 강하다. 기업의 성격상 지역주민들은 지역에 대한 공헌과 투자를 당연시하고 있다. 둘째, 생산제품의 특성상 POSCO는 최종소비재가 아닌 중간재 내지 소재를 생산하는 기업으로서 마케팅 효과를 위한 기업이미지 제고의 필요성 및 최종제품 소비자로부터의 직접적 요구가 상대적으로 낮다는 것이다. 따라서 지역협력이 포괄적 의미에서의 사회공헌이라기 보다는 좁은 의미에서의 '국지적 협력' 형태를 취해왔다. 셋째, 국내 타 민간 기업들의 경우 대개 생산입지 및 소비입지가 전국적 분포를 보이는 반면, POSCO의 생산입지는 포항과 광양으로 한정되어 있으며 철강제품의 소비입지 역시 몇 곳으로 제한되어 있다. 따라서 단순히 마케팅 효과를 전제하는 협력활동은 포항과 광양 두 지역을 비롯하여 소수 지역으로 한정하여 시행해온 것이 당연시된다. 또한 각종 지역협력활동이 재단을 통하지 않고, 기업내의 해당 부서에서 직접 관리되고 있다.

이상의 현실적 기업특성에 근거하여, POSCO 광양제철소는 크게 9개 영역으로 구분하여 약 50여 개 이

상에 달하는 단위 지역협력사업을 추진하고 있다. ①교류활동, ②지역문화 활성화, ③체육사업, ④교육부문 지원, ⑤소외계층 및 군경지원, ⑥주민생활 개선 및 봉사활동, ⑦도시기반시설 지원사업, ⑧지역영농사업 지원, ⑨홍보 및 기타사업 등이 바로 그것이다. 이들 지역협력사업의 성과에 대한 평가 결과¹⁶⁾에 따르면, 교류활동을 비롯하여 지역문화 활성화와 도시기반시설 지원 사업의 성과는 비교적 양호한 것으로 나타나고 있으나, 영농지원사업이나 소외계층 지원 및 홍보 등의 사업에 대한 지역주민의 만족도는 상대적으로 낮게 나타난다.

4. 요약 및 결론

최근까지 국내의 기업들은 소극적인 기업의 사회적 책임론에 근거한 '기업이익의 사회환원'이라는 틀을 벗어나지 못하고 있다. 즉, 기업의 고유활동인 영리추구를 기본 전제로 여유자금의 사회환원 위주의 활동이 중심을 이루고 있어서 기업의 사회공헌활동에 대한 인식이 미약한 상태이다. 책임 수행의 범위에서는 1단계의 경제적 책임과 2단계 수탁자 책임의 자기규제 책임 영역 내에서 경제적·법률적·기업윤리적 차원의 사회적 책임만을 수행해온 것이 일반적이다. 심지어 일부 기업에서는 법률적·기업윤리적 책임조차도 수행해내지 못하는 실정에 있다. 즉 투기, 탈세, 불공정거래, 부실시공, 공해유출, 임금체불, 차별고용 및 승진 등 기업이 당연히 준수해야 할 책임마저도 수행하지 못함으로써 다수의 타 기업은 물론 지역 및 국가사회 전체에 악영향을 끼친 사례도 흔히 발견된다.

현재 국내 기업들 중 적극적인 사회적 책임을 수행하고 있는 기업도 보이지만 전체적으로는 기업들 사이에 별다른 차이를 보이지 않은 채 과도기적인 수준에

머물고 있다. 사회를 위해 공헌하려는 노력에도 불구하고 사회로부터 기대한 만큼의 호의적 반응이 없는 데 대한 불만과 그렇다고 자원을 투자하지 않을 수도 없는 일종의 딜레마 상태이다.

대부분의 기업이나 기업가들은 사회공헌활동을 부가적인 경영외적 활동으로 간주하고 있으며, 기업이 보유하고 있는 여유재원의 재량적 기부나 가진 자의 자선 활동이라는 인식이 매우 역력하다.

기업의 소극적인 사회적 책임수행에서 알 수 있듯이, 경영전략의 측면에서 책임수행의 필요성이나 유효성에 대한 인식이 부족하고 특히 지속성 측면에서 한계가 뚜렷이 나타난다. 따라서 책임수행 여부는 경제상황의 호·불황이나 기업의 수익정도에 따라 크게 좌우될 수밖에 없다. 그리고 반강제이면서도 수동적인 책임수행으로 전략적 사고보다는 전술적 사고의 측면이 뚜렷하다. 특히 기업이 안고 있는 현안문제나, 타 기업과 비교하여 부족한 기능을 순차적으로 확보해 가려는 방어적이고 임시방편적인 대응이 일반화되어 있다. 결국 자금지원에 크게 의존하며 기업간에 유사한 내용의 활동 프로그램이 대부분을 차지할 수밖에 없다. 더군다나 기업가의 개인적 가치관에 크게 의존한다.

급격한 경영환경 변화와 정보·지식기반사회라는 새로운 사회·경제적 상황에 능동적으로 대응하고 비교우위 경쟁력을 확보하기 위해서는 적극적인 사회공헌활동 수행이 요구된다. 사회공헌활동을 전략적으로 수행하고, 이를 모든 사원의 조직생활 및 일상생활을 특유의 문화로 정착시키기 위해서는 사회공헌활동에 대한 경영자의 확고한 철학과 인식이 필요하다.

새로운 철학적 패러다임에서는, 대기업이나 일류기업 지향에서 '좋은 기업'이나 '존경받는 기업' 지향으로 인식의 전환이 있어야 한다. 기업도 지역사회 일원으로서 나름의 사회적 책임을 수행해야 하며, 사회공헌

활동을 기업의 이미지나 기업문화를 자원으로 간주하여 회사의 경쟁력을 높일 수 있어야 한다. 최근 들어, 기업에 대한 사회적 비판이나 압력이 커지면서 일부 국내기업들은 사회공헌활동에 대해 새롭게 인식하여 경영의 부차적인 활동이 아닌 경영의 주요 항목으로 수용하여 수행하고 있지만, 활동내용·분야, 추진방법 등에 있어서 아직은 전략적인 사회공헌활동에 이르지 못하고 있다.

우리나라를 대표하는 기업으로서 광양제철소의 지역협력활동은 소극적인 사회적 책임의 수행단계로 간주된다. 물론 그간의 지역협력활동이 다양하게 전개되었고, 그 대상이나 수혜범위, 활동영역 등을 보면 기업의 사회공헌활동이라 할 수 있는 적극적인 사회적 책임수행의 측면도 보지만 여전히 전략적 차원의 지역사회공헌활동이 되지는 못했다고 말할 수 있다.

향후 POSCO와 지역의 동반적 발전은 지역사회와 우호적인 관계를 형성하고, 경영성과에 기여할 수 있는 사회공헌활동의 수행을 통해 달성 가능할 것이다. 즉 지역사회의 적극적인 이해와 협력을 바탕으로 조직의 활성화, 인적자원 개발, 새로운 기업문화 형성, 기업과 지역사회의 문화적 일체감 형성 등을 추진해야 할 것이다.

또한 사회공헌활동을 효과적으로 추진하기 위해서는 다양한 활동주체간의 역할분담이나 상호협력체계 구축이 필요하다. 이와 동시에 특정집단이나 지역을 대상으로 하는 활동에서 지역사회 전체를 포괄할 수 있는 활동으로의 사업내용 전환도 고려할 필요가 있다. 공익성이 크고, 수혜범위가 넓은 분야의 활동으로 전개하는 것이 바람직하며 교육, 문화, 지역복지 분야의 사업 확대가 보다 효과적일 것으로 판단된다.

註

- 1) T. Levitt, M. Friedman, F. A. Hayeck, L. E. Preston, J. E. Post 등이 대표적이다.
- 2) K. Davis, D. Votaw, R. Wells, C. Walton 등이 대표적이다.
- 3) 넓은 의미에서 사회공헌활동(philanthropy)에는 지역 협력활동(contributions)이 포함되며, 수행하는 책임 범위의 포괄성에 따라 명칭이 다를 뿐이다. philanthropy라는 용어는 그리스어로 '인류에 대한 사랑'을 의미하는데, 일반적으로 인정되는 명확한 정의는 되어있지 않다. 최근 가장 타당한 것으로 인정되고 있는 것은 Robert L. Payton이 정의한 개념이다. 그는 "Philanthropy includes voluntary giving, voluntary service, voluntary association, primary for the benefit of others: it is also the prudent sister of charity, since they have been intertwined throughout most of the past 3500 years of the western civilization"이라고 정의하고 있다.
Gurin, M.G. & J. Van Til, "Philanthropy in its historical context", in *Critical Issues in American Philanthropy*, Jossey-Bass Pub., Oxford, 1990, pp.3~4.
- 4) 로체스터 필하모니 오케스트라(Rochester Philharmonic Orchestra), 국립사진박물관(The National Museum of Photography, UK), George Eastman House에 있는 국제사진·필름박물관, 세계 야생동물기금(The World Wildlife Fund), 의회도서관(Library of Congress) 및 무용경연대회(Garth Fagan Dance), 세계 환경 관리 위원회(Global Environmental Management Initiative), 전국 여성 명사의 전당(The National Women's Hall of Fame) 등이 이에 속한다.
- 5) United Negro College 발전기금(The United Negro College Fund), 지역 사회 장학기금(TELACU, Community Scholarship Fund), 전국 중남미인 장학기금(National Hispanic Scholarship Fund), Cape Town 대학 발전기금(The University of Cape Town Fund) 등이 이에 속한다.
- 6) The United Way, 전국도시연맹(The National Urban League), 미국 적십자사(The American Red Cross), 국가안보위원회(The National Safety Council), 청소년 프로그램(Junior Achievement), 미국건강재단(The American Health Foundation), 전국 신체장애자 기구(The National Organization of Disability) 등이 이에 속한다.
- 7) 대학에 대한 지원은 취업, 다양화, 기술, 시장개척 분야를 집중 지원하며 기부금은 최소한 수준으로 제한된다.
- 8) 1998년의 현금지원 총액은 총 1,120만 달러에 달했는데, 분야별 지원금액은 교육분야에 33%, 보건 및 대인 서비스 부문에 28%, 시민 및 지역사회개발 부문에 25%, 기타 14%를 배정하고 있다. 지역사회 공헌활동의 공간적 범위는 기업이 입지하고 있는 인근지역을 우선적 대상으로 삼고 있으나 전국 규모 및 국제적 규모에서의 지원까지도 이루어진다.
- 9) 지원형태는 ①각 단체의 법적 위상에 적합한 현금, 공산품, 부동산 또는 현물증여 형식이거나, ②법인에서 착수단계의 기반자금만을 지원해주는(research grants) 형식, ③ 자선단체에 대한 폐품 및 잉여물품(used equipment) 기증 형식 등으로 이루어지며, 현금자산은 도서구입의 경우로만 한정하여 지원한다.
- 10) 다만 다음의 경우는 지원하지 않는 것으로 규정되어 있다. 즉 ①개인, ②다년간 지원을 요하는 경우, 특별한 이유가 없는 한 매 3년마다 재심사·평가과정을 거쳐서 지원, ③기본 재산을 보유하고 있는 재단법인 조직의 장, ④대학운영을 위한 재정자금 모금운동, ⑤ 행사 스폰서, ⑥Kodak에서 지원하는 United Way로부터 자금을 지원받는 단체의 운영비용, ⑦국회의원, 정치단체, 캠페인, ⑧특정 종교집단에 국한된 프로그램을 추구하는 분파적 단체 등의 경우는 지원을 받지 못한다.
- 11) 지원요청서는 1월 1일~4월 30일 사이에 접수하여, Kodak 사에서는 접수일로부터 45일 이내에 제안서를 모두 심사한 후, 제안서가 기각되었음을 즉시 통보 해주거나 아니면 보다 자세한 심사계획을 통보해준다.
- 12) 최근의 재정지출 내역, 결산서, 해당 프로젝트에 총당할 기타(현재·장래) 자금원 등이 포함됨
- 13) 연방 납세자 번호 및 단체의 법률적 명칭을 기록하도록 되어 있음

- 14) 환경보전, 공공정책, 연구 교육, 환경관리 등이다.
- 15) Grants to K-12 프로그램을 통해서 취학준비, 과학 및 수학교육, 취업준비, 교사양성에 초점을 맞추어 지원한다.
- 16) 지원신청은 년 2회에 걸쳐 이루어지는데 미국 IRS code에 의거하여 지원받을 수 없는 미국의 비영리 단체, 특정질병 관련 단체, 기본자산 기부요청, 공제조합(친목단체) 및 재향군인회, 개인, 정치단체나 정치운동, 종교단체에서 추진하는 특정 종교 신도만으로 한정하는 프로그램, 나이·인종·종교·피부색·성별·장애·민족·조상·결혼상태·성적 취향·은퇴직급 등을 이유로 차별하는 단체 등은 지원대상에서 제외된다
- 17) 교육지원, 삶의 질 개선, 지역사회의 경제적 활력 제

고에 연간 3,000만 달러 이상을 지원하는데 여기에는 환경 프로그램, 예술분야, 건강 및 인적 봉사단체, 지역사회·주민 활동까지도 포함된다. 특히 교육의 질을 향상시키는 데 높은 비중을 두고 있어서 과학적 연구를 선도하는 대학에 대한 지원 뿐 아니라, 과학계를 선도하는 대학들과 긴밀한 네트워크를 유지한다. 이는 DuPont사의 과학자들과 연구를 공유할 수 있는 관심영역이기 때문에 특히 관심을 둔 것으로 볼 수 있다. 대학 진학 이전단계의 수학 및 과학 프로그램에 대해서 특별한 관심을 두고 있다는 사실에서도 이는 확인된다.

- 18) 이정록, 이상석, 김종성, (POSCO 지역협력방안 연구), 전남대 지역개발연구소, 1999.

참고문헌

- 광양제철소, 1998, 광양지역협력 백서.
- 박기순, 1997, "대기업의 경제적·사회적 기능" 연구총서, 제10집, 삼성문화재단.
- 삼성, 1997, 삼성사회공헌활동 백서.
- 신유근, 1986, 기업과 사회, 경문사.
- 오우일, 1995, 포스코의 지역사회 협력활동 성과 증진방안에 관한 연구, 포스코 경영연구소.
- 이원규, 1992, 기업의 사회적 책임의 개념정립과 실태에 관한 연구, 고려대 석사학위논문.
- 이정록, 1999, "21세기 광양비전과 우리의 자세", 광양시 지역토론회 자료집.
- 이정록, 2000, 지방화시대의 지역문제와 지역정책, 도서출판 푸른길
- 전경련 경영기술연구소, 1987, 한국산업사회의 전개와 기업의 사회적 책임.
- 정구현 외, 1991, 한국기업의 사회적 책임과 사회봉사, 장기신용은행 부설 경영연구원.
- 포스코 경영연구소, 1996, 지역개발과 포항제철의 지역협력 방안.
- 한국전력공사, 1997, 발전소 주변지역 지원제도의 최적화방안 연구, 명지대 사회과학연구소.
- 홍육헌 외, 1993, 지방화시대의 지역사회 협력방안, RIST 경영경제연구소.
- 企業市民調査研究會, 1994, 企業市民のススメ, 東京都企劃審議室.
- 樓井克彦, 1987, 現代企業の社會的責任, 千倉書房.
- 梅澤 正, 上野征洋(編), 1985, 企業文化論を學ぶ人のために, 世界思想社.
- 右田 紀久恵, 1993, 自治型地域福祉の展開, 法律文化社.
- 日本 經濟企劃廳國民生活局 編, 1984, 自主的社會參與活動の意義と役割.
- 日本開發銀行, 1991, 企業の社會的貢獻の方向と課題.
- 電通總研, 1992, 企業美學の研究, 東洋經濟新報社.
- 電通總研, 1992, 企業の社會的貢獻, 日本經濟新聞社.
- 中村一彦, 1987, 企業の社會的責任, 日本同文館.
- 通商産業省 關東通商産業局 編, 1991, 地域貢獻企業の時代.
- 下村滿子 外, 1994, 企業の社會的貢獻, 朝日新聞社.

- Dunford, M., 1991, "Industrial trajectories and social relations in areas of new industrial growth", *Industrial Change and Regional Development*, ed. by G. Benko & M. Dunford, Belhaven Press, pp.41~82.
- Sethi, S.P. & P. Steidlmeier, 1997, *Up Against the Wall: Cases in Business and Society*, Prentice Hall.
- Shannon, J.P., ed. 1991, *The Corporate Contributions Handbook: Devoting Private Means to Public Needs*, Jossey-Bass Publishers.
- Til, J.V. & Associates, ed. 1990, *Critical Issues in American Philanthropy: Strengthening Theory and Practice*, Jossey-Bass Publishers.

Abstract

Economic Geographical Discussion on Contribution Activities for Regional Community of Firms

Sang-Seok Lee*, Jeong-Rock Lee** and Chong-Sung Kim***

Some spread-effects and their dynamics accruing to regional community from the new location of large firms would be an interesting theme in economic geography. On the assumption that all firms not only should have cooperative relations with their regional communities but also try to realize such cooperations in case of locating their facilities, some rationale for their philanthropic activities will be discussed in this paper. The focus of this paper is on the community contributions or philanthropy which are executed as the non-profit motivated activities of firms. Why and how should firms respond to the growing requirements of their communities, and what type of philanthropic activities could be good for their social behavioral contexts are the questions to be solved in this study. It is possible to get some guidelines of a firm's philanthropy through the comparisons on the practices in the three largest firms: Kodak, Dupont, and POSCO.

Key words : community contributions, philanthropy, private sphere, private-public sphere, corporate citizenship

* Professor, Department of Social Studies Education, Suncheon National University

** Professor, Department of Geography, Chonnam National University

*** Professor, Department of Social Welfare, Hanryo University