

기업의 사회적 책임 (CSR : Corporate Social Responsibility)

추 동 화

“기업이 사회에 책임을 진다는 것은 사회가 요구하는 법적인 기대수준을 넘어 인재와 환경, 기업의 이해관계자 (Stakeholder 주주)에게 더 많은 투자를 한다는 것이다.” 유럽연합 (EU) 집행위원회는 2001년 7월 발표한 ‘그린페이퍼’라는 공식문건에서 ‘기업의 사회적 책임 (CSR)’을 이렇게 정의했다. 80년대 말과 90년대 초에 걸쳐 독일의 통일과 동유럽의 붕괴 등 사회적 격변의 후유증에 시달리던 유럽은 기업들을 통하여 침체된 지역 경제와 사회의 분위기를 되살리고자 하였으며 이 과정에서 기업의 사회적 책임과 역할이 강조되었다.

오늘날 전 세계 우수 기업들이 신뢰경영을 바탕으로 한 기업의 사회적 책임을 생존을 위한 전략으로 도입하고 있으며 우리나라에서도 500대기업 중 절반정도가 윤리헌장을 도입하였다고 한다. 이윤극대화를 추구하고 제품과 기술을 개발하는 전통적 개념의 경제주체로서의 역할뿐만 아니라 고객과 직원들에 대한 신뢰구축을 바탕으로 사회적인 책임을 성실히 수행하면서 나아가 사회로부터 존경을 받는 봉사자로서의 역할까지 기업의 몫으로 주어진 것이다.

실제 기업의 사회에 대한 윤리와 책임의 중요성은 오래 전부터 인식되었는데 1943년 일찍이 ‘우리의 신조 (Our Credo)’를 발표하여 이 후 전세계 기업윤리강령의 모델이 된 존슨& 존슨 사에서 그 효시를 찾을 수 있다. 존슨&존슨사가 얼마나 고객에 대한 책임과 신뢰를 중시하고 실천하는 지는 타이레놀 사건을 통하여 알 수 있는데 1982년 누군가가 그들의 대표 상품인 타이레놀 캡슐에 독약을 집어넣어 이를 복용한 7명이 사망하자 이 회사는 2억 5000만 달러를 들여 미국 전역에서 타이레놀 제품을 모두 회수했을 뿐만 아니라 타이레놀이라는 이름을 바꾸라는 마케팅 전문가들의 충고에도 불구하고 그들의 자존심이자 대표상품인 타이레놀의 이름을 고수했다.

이러한 신뢰중심 경영에 힘입어 사건이후 8%대로 급락 했던 타이레놀의 시장 점유율은 그 이듬해에 28%로 급반등하여 점유율 1위의 자리를 탈환했다. 자신이 평생 모은 전 재산을 사회에 환원한 고 유일한 회장의 유한킴벌리가 최근의 조사결과에서 한국 최고의 직장으로 꼽힌 것도 직원과의 신뢰를 구축하고 사회적책임에 충실한 때문일 것이다. 세계 최대 석유메이저 중 하나인 브리티시 페트롤리엄의 경우 원유탐사와 개발과정에서 자칫 환경파괴 업체로 오해받을 수 있는 자사 사업의 특

성을 극복하기 위해 유전개발 시 국제적인 시민단체를 끌어들이며 철저한 환경영향평가를 실시한다고 한다.

급변하는 경제환경, 인구의 고령화와 장기실업에 따른 사회적 비용부담의 증가 등에 따라 기업과 사회의 공조가 더욱 중요시되고 있는 상황에서 물류기업은 과연 어떤 부분에서 이 사회에 기여할 수 있고 또 어떤 사회적 책임을 수행해야 하는지에 대한 논의와 실천이 필요할 때이다. 올해 다보스 세계 경제포럼에서는 DHL이 주도하는 물류운송분과 (Logistics and Transportation Sector)에서 Corporate Citizenship Initiative의 추진에 합의했다고 한다. Corporate Citizenship Initiative란 기업의 재정과 경쟁력 강화, 고용안정 등을 통하여 전세계 미개발지역의 사회발전에 기여하기위한 세계적인 물류운송업체들 (DHL, UPS, FEDEX, TPG등)의 자선 프로그램 혹은 사회봉사 프로그램으로 현재 회원 업체들간에 구체적인 실천방안을 협의 중이다.

윤리경영은 일시적유행이 아닌 시대적 요구사항 이다. 기업윤리는 여유 있는 기업이 추진하는 선택사항이 아니라 21세기 기업생존을 위한 필수적인 요건이다. 또한 세계적으로 기업의 사회적책임에 대한 글로벌 스탠드화 작업이 진행되고 있는바 글로벌경쟁력을 갖추기 위해선 윤리경영시스템의 세계표준화에 적응할 수 있는 준비를 해야 할 것이다. 우리나라의 윤리경영은 이제 시작 단계이다. 우리는 지금까지 기업성장과 이윤창출을 위해서 법의 테두리 안에서는 무엇을 해도 된다는 잘못된 가치관에 젖어 있었다.

한국 내 윤리경영의 선결조건은 첫째, 경영자부터 기업도 한 사회의 구성원이며 사회가 건전하게 발전해야 그 일원으로서의 기업도 번영할 수 있다는 뚜렷한 철학을 가지고 사회적 책임을 성실히 수행해야 하며 둘째, 정부의 규제완화와 행정절차의 투명성을 확보하여야 한다. 주변이 투명해지지 않은 채 기업들에게만 윤리규정을 준수하라고 강요할 경우 법과 실재가 괴리되고 오히려 각종 편법이 동원될 것이다. 세계 속 한국의 경쟁력증진 그리고 동북아 경제중심국가 건설 등은 정부기관의 사고의 전환 (Paradigm Shift)과 그들이 운영하는 시스템 개선으로부터 출발해야 할 것이다. 언제나 그렇듯이 해법은 바로 우리 내부에 존재한다.