

# 미국 기업의 사회적 책임 : 동향

김성훈(미국 코넬대학 노사관계학 박사과정)

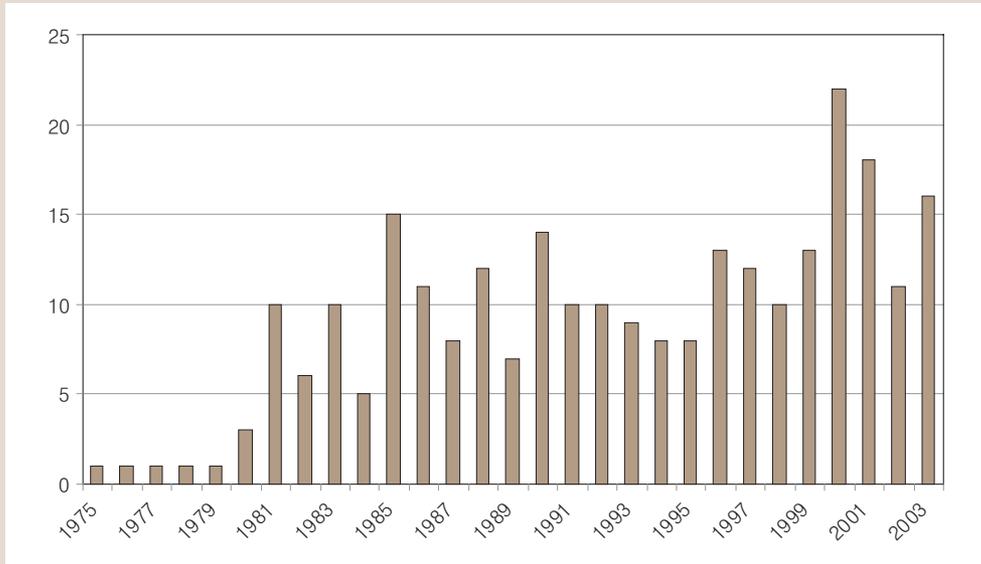
## ■ 머리말

미국의 경영교육을 주도하고 있는 하버드 비즈니스 스쿨(Harvard Business School)은 2005년 하반기에 새로운 개념의 경영자교육프로그램을 도입했다. ‘기업의 사회적 책임 — 기업가치와 사회적 가치의 창출을 위한 전략(Corporate Social Responsibility—Strategies for creating business and social values)’라 이름 붙여진 이 4일간의 코스는 기업의 사회적 책임(CSR로 약칭)이라는 개념이 기업의 경영활동에 녹아 들어가 보다 궁극적으로 회사가 높은 경영성과를 이룩할 수 있도록 하는 것을 목표로 한다. 하버드 경영대학이 이러한 프로그램을 도입하는 것은 그만큼 미국 기업 경영자 사이에서 CSR에 대한 관심이 높아졌음을 보여주는 단적인 예가 된다.

CSR이 기업 경영에 있어서 새로운 핵심 키워드로 여겨지고 있다는 증거는 이 밖에도 많다. 2003년 세계경제포럼(World Economic Forum)에 참석한 최고경영자들을 대상으로 한 설문에서 응답자의 95%는 자사의 연례보고서에 CSR에 대한 내용을 담고 있다고 답했다. CSR 관한 최근 연구들은 예외 없이 CSR 개념이 기업, 정부뿐 아니라 일반 소비자에 이르기까지 매우 중요한 의사결정 요인이 되어가고 있음을 보여주고 있다. 이에 대응하여 대중매체의 관심도 지속적으로 증가하고 있다(그림 1 참조)

아래에서는 이렇게 그 중요성이 커져 가고 있는 CSR이 어떤 구성요소를 가지고 있으며, 또한 이 개념이 어떻게 발전해 왔는지에 대하여 살펴보겠다.

[그림 1] 뉴욕타임즈에 실린 CSR관련 기사의 연간 빈도수 (1975~2003년)



출처 : Lee, Paul and Kim, Sunghoon. 2005. From Cost to Resource : The Transformation and Diffusion of Corporate Social Responsibility. Presented paper in the Academy of Management Annual Meetings.

## ■ CSR의 주요 구성요소

기업이 사회적 책임감을 가지고 신경을 써야 할 내용이 무엇인가에 대해서는 간략히 정리하기 어렵다. 기업이 단지 자신의 이윤극대화에 머물러서는 안 된다는 논리는 누구나 쉽게 주장할 수 있지만, 기업이 과연 단기적인 이윤 외에도 무엇을, 그리고 어디까지 책임져야 하는지에 대한 기준은 사람마다 제시하는 바가 다르기 때문이다. 한 가지 도움이 될 수 있는 개념의 틀로서 1999년 세계경제포럼에서 제안된 UN Global Compact 를 들 수 있는데, 이에 따르면 CSR은 크게 세 가지 내용을 포함한다.

첫째는 인권존중이다. 기업은 국제적으로 통용되는 인권보호의 기준을 충족시켜야 하며, 비즈니스 현장에서 여러 가지 형태로 일어날 수 있는 인권유린을 방관해서는 안 된다. 근로자는 신체적·정신적인 안전을 보장받은 상태에서 일해야 하며, 정당한 임금을 받아야 한다.



둘째는 노동문제이다. 노동자들은 단결권을 충분히 인정받아야 하며, 노동을 강요당해서는 안 되고, 아동은 노동으로부터 보호되어야 한다. 그리고 기업은 성별과 인종에 따른 차별과 편견이 없는 일터를 만들어야 할 책임이 있다. 더 나아가서 기업은 종업원에게 교육과 훈련, 그리고 성장의 기회를 충분히 제공해야 한다.

마지막으로는 환경이다. 신중한 경영의사결정을 통해서 불가피한 환경오염은 최소화해야 하며, 환경보호를 진작시키는 경영활동을 하기 위해 애써야 한다. 또한 친환경적인 기술개발과 확산에 관심을 가지고 투자해야 한다.

UN이 정한 이 세 가지 외에도 CSR의 구성요소로 흔히 언급되는 것으로는 지역사회와의 건강한 관계유지, 그리고 소비자에게 도움이 되는 양질의 제품과 서비스를 공급하는 것을 들 수 있다.

## ■ CSR 개념의 발전

CSR의 개념이 정립되기 시작한 것은 대략 1950년대라 할 수 있다. 비록 기업이 사회와 떼어 수 없는 관계에 있다는 인식은 자본주의와 그 역사를 같이하지만, 돈을 많이 번 사업가가 기업활동으로 번 돈을 사회봉사에 사용하는 차원을 넘어 기업활동 자체가 사회적 책임감을 표현하고 있어야 한다는 이론은 이때 등장한 비교적 새로운 개념이었다. 1953년에 발간된 하워드 바우웬(Howard Bowen)의 『기업가의 사회적 책임(Social Responsibilities of the Businessmen)』은 CSR의 개념을 본격적으로 제시한 최초의 책이라 할 수 있는데, 저자는 기독교적 가치관을 빌려 기업가의 사회적 '의무'를 체계적으로 설명하였다. 이와 때를 같이하여 미국의 의회는 1950년대와 1960년대에 소비자와 근로자를 적극적으로 보호하는 법안들을 잇달아 만들면서 기업의 사회적 책임을 강조하는 사회분위기를 조성하기 시작했다.

기업의 사회적 역할에 대한 관심이 높아져 가는 것과 동시에 CSR 개념에 대한 반론도 제시되었는데, 경제학자인 밀턴 프리드만(Milton Friedman)과 같은 사람은 CSR 개념이 자유시장경제를 위협하는 것이며, 기업은 주주의 이익을 위해 열심히 일하는 것으로 그 책임을 다 한다고 역설했다. 그러나 CSR에 대한 논쟁은 1970년대 이전에는 현실과는 거리가 있는 순수한 이론적인 논쟁에 가까웠다.

1970년대는 CSR에 대한 인식이 새로운 전기를 맞이하였다. 기업은 CSR이 단순히 추가적인 비용을 발생시키는 것이 아니라 기업에 이익을 줄 수도 있다는 생각을 하기 시작한 것이다. The Committee

for Economic Development 이 연구를 지원해 발간된 *A New Rationale for Corporate Social Policy*는 이러한 논리를 뒷받침해 주었다. 이 연구보고서는 경제학자 밀튼 프리드만의 전제, 즉 기업은 주주의 이익에 봉사해야 한다는 명제를 받아들이면서 동시에 CSR은 장기적으로 주주에게 이익을 가져다 주기 때문에 매우 바람직하다고 주장한다. 이러한 아이디어는 비록 실증적인 증거가 충분히 쌓이지 않았음에 불구하고 점차 광범위한 지지를 받게 되었다. 특히 1980년대 이후에는 기업이 주주뿐 아니라 종업원, 소비자, 정부 그리고 일반 사회의 이익에 봉사해야 한다는 이해관계자주의(Stakeholderism)가 주주중심주의(Stockholderism)의 대안으로서 관심을 끌면서 CSR의 개념은 보다 폭넓은 지지를 받게 되었다.

## ■ CSR의 확산 요인

1990년대 이후 CSR은 매우 빠른 속도로 확산되었다. 기업들은 한편으로는 점증하는 정부, 시민사회의 압력에 대응하기 위해 CSR 개념에 관심을 가지게 되었으며, 또 한편으로는 시장에서 장기적인 경쟁우위를 확보하기 위한 전략적 고려에서 CSR을 보다 적극적으로 받아들이기 시작했다.

기업이 보다 책임 있는 사회구성원이 되도록 하기 위한 시민사회의 압력은 추상적인 구호를 넘어 구체적인 경제적인 압박으로 발전했다. 특히 미국의 사회적으로 책임있는 투자(Socially responsible investment, SRI) 운동은 주목할 만하다. SRI는 사회적인 책임을 잘 감당하고 있는 기업들을 골라 투자를 하는 것을 기본 개념으로 한다. 미국에는 다수의 기업평가회사가 CSR의 관점에서 기업을 평가한 자료를 제공하고 있으며, 여기서 좋은 평가를 받은 회사를 중심으로 투자하는 각종 펀드가 활발하게 판매되고 있다. 비록 적극적으로 SRI에 참여하지 않는 금융투자회사들도 CSR에 대한 평판이 나쁜 회사에 대해서는 블랙리스트를 작성하여 투자 위험을 높게 계산하는 경우도 많아지고 있다. 이러한 투자자의 태도는 기업들로 하여금 최소한 투자자의 블랙리스트에 들지 않기 위해서, 더 나아가서는 환경과 지역사회, 종업원을 존중하는 회사로 인식되어 보다 원활한 자금공급을 받기 위해서 CSR에 관심을 가지게 하는 효과를 보여주고 있다.

CSR의 적용이 해당 기업뿐 아니라 그 회사가 거래하는 하청업체에까지 이르게 하려는 시민운동도 효과를 보고 있다. 세계적인 스포츠 마케팅회사 나이키는 1996년 미국의 '라이프'지에 파키스탄의 어린이가 제품을 만들고 있는 사진이 실리면서 강한 대중적 비판에 직면하였다. 나이키는 사태 초



기에 하청업체의 열악한 근로환경은 자사의 책임이 아니라는 입장을 견지하였었다. 그러나 계속되는 시민단체의 압력으로 기업의 이미지가 나빠지고 이윤과 수익이 눈에 띄게 떨어지자 태도를 180도 바꾸었으며, 지금은 CSR을 중시하는 모범 기업으로 인식되게 하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 그리고 나이키의 사례는 비슷한 업종의 다른 기업에도 영향을 주었다.

기업의 사회책임에 대한 미국 정부의 노력도 점차 커지고 있다. 비록 미국의 부시행정부가 2005년에 발효된 교토의정서에 참여를 거부하면서 환경보호에 대한 국제적 성과를 퇴색시키기는 하였으나 미국 역시 나름대로 자국의 기업이 친환경적인 경영활동을 할 수 있도록 다각적인 제도를 마련하고 있다. 2002년 발표된 연료절약형 자동차 개발에 대한 지원정책이 그 한 예이다. 또한 미국은 국가 차원에서 직장내 성과 인종, 종교, 그리고 신체 장애가 차별의 근거가 되지 않도록 많은 노력을 기울이고 있다. 1960년대 설립된 고용평등위원회(EEOC)는 일터에서 인종, 종교 그리고 성차별에 없애는 일을 해왔는데 점차 그 업무 영역을 넓혀 1992년부터는 장애인고용에 관한 법(The Americans with Disabilities Act)에 근거하여 장애인이 일터에서 차별을 받지 않도록 하는 일을 하고 있다. 즉 능력이 있다면 업무 외적인 것으로 차별을 받지 않는 일터가 보장되어야 한다는 것이다.

강화되고 있는 미국의 법적인 규제는 몇몇 기업들의 부주의한 인사관리 관행에 엄청난 경제적 손실을 안겨주기도 하였다. 예를 들어 2004년 모건스탠리는 직장내 성차별 소송을 합의로 해결하는데 5,400만 달러를 사용해야 했다. 2005년 보잉사는 전·현직 여직원들이 제기한 성차별 집단소송에서 7,250만 달러의 합의금을 지급하기로 하였다. 이와 같은 사례는 대중매체를 통해 널리 알려지면서 다른 기업들이 스스로를 돌아보게 하는 역할을 했다.

이처럼 민간단체와 법적인 압박, 그리고 대중매체의 감시를 통해 미국 기업들은 예전에 비해 CSR에 대해 보다 훨씬 진지한 자세를 가지게 되었고, 적어도 법과 사회통념에 저촉되지 않는 수준의 사회적 책임을 다하기 위해 노력하게 되었다.

이에 더하여, 기업은 단순히 수동적으로 규제와 압력에 적응하는 것에서 더 나아가 보다 적극적으로 사회적 압력을 역이용하여 기업의 경쟁력 강화에 이용하고 있기도 하다. 정보기술의 발달과 전자구적 경제활동이 급격히 확산되면서 CSR은 미래가 불확실한 시장에서 기업이 장기적으로 경쟁력을 유지하기 위한 핵심적인 전략으로까지 여겨지고 있다.

예를 들어 도요타와 혼다 등의 자동차회사는 환경친화적인 경영을 표방하며 하이브리드 자동차의 개발에 많은 투자를 하였고, 이를 통해 미국시장에서 소비자에게 환경친화적이면서도 연료비가 적게

드는 자동차를 제공하는 회사라는 이미지를 심는 데 성공하였다. 동시에 단순한 모방이 힘든 하이브리드 기술을 통해 이들 자동차회사는 미국, 한국 등의 경쟁사와의 기술격차를 벌려 시장을 안정적으로 확보하는 한편 각국의 높아지는 환경규제를 효과적으로 회피하고 있다. 또 한 예로 생활용품회사인 P&G는 기업의 자원을 환경과 건강친화적인 신제품 개발에 투입하여 새로운 수요를 창출하고 경쟁사에 앞서가는 효과를 거두었다. 마이크로소프트는 개발도상국의 자라나는 세대에게 컴퓨터와 자사의 소프트웨어를 저렴하게 이용할 수 있는 프로그램에 많은 투자를 하고 있다. 이는 세계적인 정보화 불평등을 해소하고자 하는 목적도 있지만 또 한편으로 새로운 독점적인 시장을 개척하는 효과도 가진다. Ben & Jerry 아이스크림은 무공해 재료를 이용한 고품질의 제품을 제공하면서 기업의 사회적 책임을 강조하는 문화를 통해 고객들이 스스로 움직이는 광고 요원이 되는 효과를 거두고 있다. 이 밖에도 CSR을 기업의 핵심가치로 삼아 기업경쟁력과 사회 기여라는 두 마리 토끼를 잡은 기업은 많이 있다.

## ■ 전망

지금까지 CSR은 다국적 대기업을 중심으로 발전되어 온 경향이 있다. 정부와 NGO의 주관심도 다국적 기업의 경영행태에 초점을 두어 진행되어 왔고, CSR에 대한 전략적인 접근도 대기업을 중심으로 발달했다. 그러나 앞으로는 CSR이 보다 일반화되면서 그 영향이 규모가 상대적으로 작은 기업들에도 광범위하게 미칠 것으로 생각된다.

그리고 CSR 자체와 관련된 산업이 점차 커질 것으로 생각된다. 예를 들어 환경에 대한 규제가 강화되면서 기업들에게 친환경적이면서도 경쟁력을 높여줄 수 있는 기술과 서비스를 제공하는 환경비즈니스 회사가 늘고 있다. 또한 사회적 책임을 다하는 기업을 발굴하여 투자하는 금융서비스도 보다 정교하게 발전해 나가고 있다. CSR에 대한 연구와 교육의 수요도 늘면서 각종 학회에서 관련 전문 세션들이 열리는 것은 물론 CSR관련 정규강좌를 채택하는 경영대학도 계속 늘어날 전망이다. **KLI**

---

### 참고문헌

---

- Baue, W. 2003. "World Economic Forum Surveys CEO Attitudes Toward Corporate Citizenship". *Institutional Shareowner*. Brattleboro.



- Baumol, W. J. 1970. *A New Rationale for Corporate Social Policy*. New York : Committee for Economic Development.
- Bowen, H. 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York : Harper and Brothers.
- Lee, Paul and Kim, Sunghoon. 2005. “From Cost to Resource : The Transformation and Diffusion of Corporate Social Responsibility”. Presented paper in the Academy of Management Annual Meetings.
- Peter Waring, John Lewer. 2004. “The Impact of Socially Responsible Investment on Human Resource Management : A Conceptual Framework.” *Journal of Business Ethics*, 52(1)(Jun) : 99
- <http://www.exed.hbs.edu/programs/csr/>