

‘CSR을 넘어’ 연속토론회

2차 | CSR의 대안을 찾아서

2016.11.3(목)10:00

국회의원회관 제3세미나실

**국회의원 김종석 · 바른사회시민회의
공동주최**

**국회CSR정책연구포럼
(대표의원 홍일표)
후원**

Program

1부 - 개회식	사 회	양성옥 바른사회시민회의 책임간사
----------	-----	-------------------

10:00~10:20 (20')	국민의례	
	개 회 사	김종석 국회의원
	내빈소개	
	축 사	홍일표 국회의원

2부	사 회	손정식 한양대 경제학과 명예교수
----	-----	-------------------

10:20~10:50 (30')	기조발제	CSR을 넘어 CSV*
		전삼현 숭실대 법학과 교수

*CSV : Creating Shared Value 공유가치창출

10:50~11:40 (50')	토 론	김이석 시장경제제도연구소 소장
		임헌조 한국협동조합연대 상임이사
		안재욱 경희대 경제학과 교수
		연강흠 연세대 경제학과 교수
		김동우 SK텔레콤 CSV추진팀 부장

11:40~12:00 (20')	질의응답 및 정리
-------------------	-----------

Contents

모시는글	김종석 국회의원	2
축사	홍일표 국회의원	4
기조발제	CSR을 넘어 CSV로 전삼현 숭실대 법학과 교수	7
	*CSV : Creating Shared Value 공유가치창출	
토론	김이석 시장경제제도연구소 소장	27
	임헌조 한국협동조합연대 상임이사	35
	안재욱 경희대 경제학과 교수	43
	연강흠 연세대 경제학과 교수	49
	김동우 SK텔레콤 CSV추진팀 부장	57

모시는 글



김종석 국회의원

새누리당

안녕하십니까. 국회 정무위원회 소속 새누리당 비례대표 김종석입니다.

우리 사회의 지속성장과 통합을 위해 주체별 사회책임을 공유하고, 바람직한 방향을 모색해보고자 마련한 <‘CSR을 넘어’ 연속토론회> 그 두 번째 자리인 “CSR의 대안을 찾아서” 토론회에 참석해주신 여러분께 감사 인사를 드립니다.

CSV(Creating Shared Value, 공유가치창출)가 갈수록 확대되는 빈부 격차를 해소하고, 기업의 지속적인 성장을 통해 안정적인 사회를 만드는 대안으로 주목받고 있습니다. CSV는 지난 2011년 마이클 포터 미국 하버드대 교수가 하버드비즈니스리뷰에 게재한 논문 ‘자본주의를 어떻게 치유할 것인가(How to Fix the Capitalism)’에서 언급한 개념으로, 기업의 경제적 가치와 공동체의 사회적 가치를 조화시키는 경영 전략을 말합니다.

기존 CSR이 기업의 성과를 어려운 사람들에게 나눠주는 방식이었다면, CSV는 사회적 약자와 함께 경제적 이윤과 사회적 가치를 함께 만들고 공유하는 것입니다.

인공지능, 빅데이터 등 4차 산업혁명의 산물들이 우리 생활 곳곳에서 빠른 속도로 자리 잡아가며 산업 환경이 급변하고 있는 가운데, 기업경영 환경 또한 사회공헌이라는 시대적 요구에 직면한 상황입니다.

그동안 기업의 사회공헌 활동이 기업이 벌어들인 수익을 자선단체에 기부하거나 자원봉사를 하는 방식으로 진행되면서 이익창출과는 무관한 시혜적 활동으로 인식되어 왔습니다. 하지만 최근에는 규범을 넘어 기업의 이윤추구 행위의 일환이라는 인식으로까지 확대되고 있습니다.

SK텔레콤, 삼성, CJ 등 국내 많은 기업들이 CSV팀을 신설하는 등 다양한 방식으로 기업과 사회의 공유가치 창출에 힘쓰고 있습니다. 특히 오늘 토론회에도 참여해주신 SK텔레콤은 공유가치 창출 경영을 새로운 회사의 성장동력으로 삼아, 자사가 보유한 정보통신기술(ICT)을 전통시장에 도입하는 등 관련 성과들이 높은 관심을 받고 있습니다.

기업이 지속적으로 성장하기 위해서는 사회와 함께 발전해야 합니다. 조직의 성장과 발전이 가속화될수록 사회를 구성하는 모든 주체와의 관계를 위한 사회윤리 준수가 필요합니다. 특히 빈부격차의 심화로 자본주의에 대한 새로운 패러다임 변화가 요구되는 상황에서 기업의 사회공헌 활동이 공유가치 창출로 이어질 수 있도록 사회 각계의 관심과 노력이 필요한 시점입니다.

어려운 주제에 발제를 맡아주신 전삼현 교수님, 감사드립니다. 또한, 바쁘신 와중에도 자리하셔서 우리 사회에 공유가치를 창출하기 위한 심도 있는 토론을 해주실 김이석 소장님, 임헌조 이사장님, 안재욱 교수님, 연강흠 교수님, 김동수 부장님께 감사의 말씀을 전합니다. 또한 연속토론회를 원활히 진행할 수 있도록 후원해주시고 참석해주신 국회 CSR정책연구포럼 홍일표 대표의원님께 진심으로 감사드립니다.

우리 모두가 각자의 자리에서 주어진 책임을 다하는 것이 사회통합과 지속성장의 첫걸음이 아닌가 생각합니다. 오늘 이 토론회가 우리 사회의 공유가치를 창출하기 위한 각 주체들의 역할 및 정책방향을 모색하는 뜻 깊은 자리가 되기를 바랍니다. 저도 오늘 토론회에서 제시된 좋은 제안들이 국정에 반영될 수 있도록 노력하겠습니다. 계속 많은 관심과 지원 부탁드립니다.

감사합니다.

2016. 11. 3
국회의원 김종석

축 사



홍일표 국회의원

새누리당 | 국회CSR정책연구포럼 대표

반갑습니다. 국회CSR정책연구포럼 대표의원을 맡고 있는 홍일표입니다.

국회CSR정책연구포럼의 책임연구위원을 맡고 계신 김종석 의원님과 바른사회시민회의의 적극적인 관심으로 CSR을 주제로 한 연속토론회를 개최하게 된 점에 매우 감사드립니다.

오늘은 그 두 번째 시간으로 'CSR의 대안을 찾아서' 라는 주제로 전문가 패널 분들을 모시고 CSV로 나아가는 정책 방향에 대해 토론하게 되었습니다.

CSR과 CSV를 이야기 할 때 공통적인 핵심은 바로 기업의 역할입니다. 기업은 자본과 기술, 일자리, 소득 창출 및 복지 향상 등에 있어서 커다란 영향력을 행사하며 그 중심에 있습니다.

기업이 중장기적으로 지속가능한 성장과 경영을 하기 위해서는 인권, 노동, 환경, 반부패 등 핵심 가치를 경영의 원칙으로 세우고 이를 바탕으로 기업의 경영전략, 정책, 관행 및 운영으로 내재화시켜야 합니다.

CSR을 원칙으로 CSV의 경영전략을 세우는 것, 바로 기업의 사회적 책임을 '사업기회'로 바꾸는 것입니다. CSV는 포괄적 접근의 CSR의 한 전략으로서 기업과 사회 간의 '공유된 가치'를 찾는 것입니다. 기업의 이윤과 사회적 가치를 통합하여 기업과 사회에 더 많은 부를 창출하는 전략으로도 보입니다.

이번 토론회 발제를 맡아주신 전삼현 교수님 말씀대로 대한민국에 적합한 기업의 사회적 책임을 판단하는 기준 마련이 중요하다는 점에 공감합니다. 또 그것을 잘 실천할 수 있는 인센티브 제공의 필요성에도 뜻을 함께합니다.

이와 관련 지난 19대 국회에서 제가 통과시킨 대표적인 CSR 입법이 있습니다. 바로 '중소기업 CSR 지원 법안'과 '조달사업에 관한 법률 개정안'입니다.

중소기업 CSR지원 법안은 중소기업의 활발한 사회적 책임경영 활동을 효율적으로 지원하기 위해 '사회적책임경영중소기업지원센터'를 설립하여 사회적 책임경영 활동에 필요한 정보 제공 및 컨설팅 지원 등을 할 수 있도록 하는 것입니다. 또 중기청장이 5년마다 사회적 책임경영 활동을 위한 중소기업 육성 기본계획을 수립하여 시행하도록 했습니다. 얼마 전 개정안에 따라 최초로 사회적책임경영 중소기업 육성 기본계획이 수립되었습니다.

조달사업법은 연간 120조원에 달하는 국내 조달시장을 사회적 책임 및 목표와 연계하기 위하여 사회책임 공공조달이라는 전략을 도입하는 것으로 조달사업 목적에 '공공성'을 명시하고, 조달 절차에서 환경·인권·노동·고용·소비자보호 등 사회적·환경적 가치를 반영할 수 있도록 한 법안입니다. 이는 정부가 공공의 영역에서 인센티브를 제공하는 대표적인 방안입니다.

사회적으로 큰 영향력을 가진 기업이 사회와 환경에 책임 있는 경영 활동을 통해 새로운 기회를 만들 수 있도록 정부와 국회가 지원해야 할 것입니다.

이를 통해 기업가 정신을 강화하고 우리 기업이 성장할 수 있는 토대를 만들어나가야 합니다. 4차 산업혁명, 혁신경영, 품질경영도 CSR정신, CSV전략과 일맥상통하는 미래 산업의 길이라고 생각합니다.

이번 토론회를 통해 대한민국에 적합한 CSV 모델은 무엇인지에 대한 바람직한 해법이 제시되기를 기대해 봅니다.

감사합니다.

2016. 11. 3
국회의원 홍일표

<기조발제>

CSR을 넘어 CSV로

전삼현

송실대 법학과 교수

CSR을 넘어 CSV로 가는 길

전삼현 | 숭실대 법학과 교수
바른사회시민회의 사무총장

I. 문제제기

기업의 사회적 책임(CSR : Corporate Social Responsibility)이 대한민국에서 학문적 영역을 넘어 사회적으로 널리 논의되기 시작한 것은 1997년 외환위기 이후 기업지배구조를 개선하고자 하는 취지로 구 증권거래법과 상법개정안¹⁾을 마련하면서부터이다.

즉, 대주주와 소액주주간 이해충돌을 방지할 수 있도록 법적으로 경영 및 회계의 투명성을 제고하고 소수주주권을 강화하는 것이 기업의 사회적 책임이라는 대명제가 우리 사회의 정서로 정착되면서부터이다.

이러한 기업의 사회적 책임 이론은 2012년 총선과 대선을 거치면서 경제민주화라는 사회적 기류와 함께 국내기업들의 행동양식의 율고 그름을 판단하는 기준으로 널리 확산되어 가고 있다.

그러나 구체적으로 CSR이 무엇인가 하는 점에서는 여전히 학문적으로는 물론이고 실무적으로도 그 개념이 불명확할 뿐만 아니라 그 적용 방법에 대하여도 여전히 논란들이 많은 것이 사실이다.

그럼에도 국제기구²⁾들이 지속적으로 기업의 사회적 책임에 관한 개념정의를 하여 기업들의 역할 제고를 이끄는 작업들을 하면서 여전히

-
- 1) 1998년 12월 28일 개정과 동시에 시행된 개정상법(법률 제5591호)의 개정이유를 보면 “소수주주권의 강화 및 집중투표제도의 도입 등을 통하여 기업경영에 대한 감시제도와 기업경영자의 책임을 강화하고 기업경영의 투명성을 보장함으로써 건전한 기업발전을 도모하고 궁극적으로 우리 기업의 국제경쟁력을 제고하려는 것임.”이라고 언급하고 있다.
 - 2) 2011년 UN과 OECD는 다국적기업의 책임이 강화된 가이드라인을 발표하였으며, UN인권위원회는 “비즈니스와 인권에 관한 UN원칙(UN Guiding Principles for Business and Human Rights)”을 발표한 바 있다. 자세한 내용은 남영숙, “기업의 사회적 책임(CSR)의 글로벌 트렌드와 지역별 동향연구”, 외교통상부용역연구결과보고서(2011.12), 41면 이하 참조.

CSR이 국제적으로는 물론이고 국내적으로도 규범화의 영역으로 진입해야 한다는 정서들이 견지되고 있다.

그러나 CSR을 기업의 책무 또는 의무로 접근해 가는 것이 타당한지에 대하여는 여전히 의문점들이 남는다.

따라서 최근에는 CSR을 CSV(Creating Shared Value), 즉 사회적 책임을 다하는 기업보다는 사회적 가치를 창출하는 기업을 제도적으로 보장하는 사회환경을 조성해야 한다는 주장들이 많이 제기되고 있다.³⁾ 즉, 기업이 수익 창출 이후에 기부등과 같이 사회적 책임을 다하기 보다는 기업 활동 자체가 사회적 가치를 창출하면서 동시에 경제적 수익을 추구할 수 있는 방향으로 각종 제도를 만들어가는 정서의 확산이 필요하다는 것이다.

그러나 CSV역시 그 개념이 명확하지 않아 구체적으로 사회적 가치의 판단기준을 어떻게 정하는지 여부에 따라 CSV를 다하는 기업의 유형이 달라질 수 있다.

이하에서는 CSV를 경제성장이라는 관점에서 판단하여 국가 경제적으로 순기능을 하는 CSV가 무엇인지를 고민하고 이에 대한 구현방안을 모색해 보고자 한다.

II. CSR과 CSV란?

1. 기업의 생존과 성장이 CSR

앞에서 언급한 바와 같이 대한민국에서 기업의 사회적 책임(CSR)을 제도적으로 도입하는 방안이 구체적으로 논의되고, 특히 법제도적으로 입법취지에 명시되어 입법으로 반영되기 시작한 것은 외환위기 이후인

3) 박홍수, 「사회적 책임이 아닌 공동의 가치를 추구한다. Don't be Evil」, 『대홍 커뮤니케이션즈』, 2013년 1~2월호. 정대표, (시론)공유가치창출과 소비자중심 경영, 서울경제, 2014.930.

1997년 상법 및 구 증권거래법 개정 시부터라고 할 수 있다. 그 당시 입법취지를 보면 기업의 소유와 경영분리, 경영진에 대한 용이한 견제 장치 마련, 선단식 경영시스템의 개선, 경영투명성의 제고 등을 정부주도로 기업들에게 의무적으로 지배구조를 개선하도록 해야 대한민국에서 CSR이 실현될 수 있다고 본 것으로 이해된다.

그러나 기업의 사회적 책임이란 어느 관점에서 보느냐에 따라 평가가 크게 달라질 수 있다. 즉, 정부관점에서 보면 정부가 정한 정책대로 기업이 경영을 해주면 사회적 책임을 다하는 기업으로 평가할 수 있을 것이다. 그리고 정치권의 관점에서 보면 인기영합주의에 부합하는 경영을 하는 기업들이 사회적 책임을 다하는 기업이라고 평가할 수 있을 것이며, 주주관점에서 볼 때에는 수익을 극대화하는 기업이 사회적 책임을 다하는 기업이라고 평가할 수 있을 것이다.

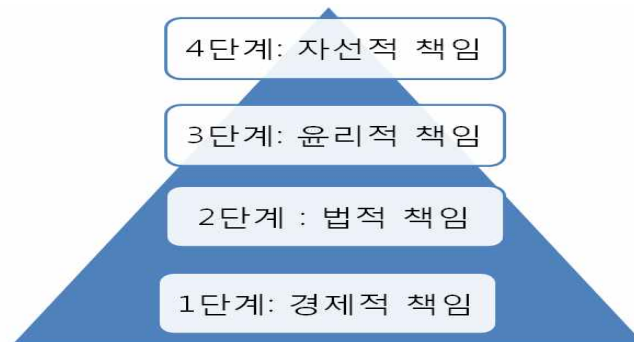
그리고 시장의 관점에서 보면 일자리를 많이 창출하고 세금을 많이 내는 기업이 사회적 책임을 다하는 기업이라고 평가할 수 있을 것이며, 시민의 관점에서 보면 사회공헌 내지 기부를 많이 하는 기업이 사회적 책임을 다하는 것이라고 평가할 수 있을 것이다. 이처럼 다양한 관점에서 CSR을 바라보고 이에 대한 개선방안을 각기 달리 제시하는 경우 오히려 CSR이 기업활동을 통제하여 시장을 위축시키는 부작용을 초래할 수 있다.

그럼에도 CSR을 논함에 있어 보편적으로 널리 인용되고 있는 개념 정의를 기반으로 CSR의 발전방안을 모색하는 것이 필요하다고 본다.

따라서 이하에서는 CSR에 대한 현대적 개념 중 가장 많이 인용되고 있는 Archie B. Carroll의 “CSR피라미드 모형”을 기반으로 CSR을 검토해 보고자 한다. Carroll (1991)⁴⁾.

4) Archie B. Carroll, The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, Business horizons 34 (4), 1991, p.39-48.

(그림 1) Carroll의 CSR피라미드 모형



(출처: Carroll, 1991)

Carroll이 제시한 CSR의 개념정의에 따르면 4단계 구조로 구성된 기업의 책임을 CSR이라고 한다. 이에 따르면 1단계는 “경제적 책임”이며, 2단계는 법적 책임, 3단계는 윤리적 책임, 4단계는 자선적 책임으로 구분된다는 것이다.

경제적 책임은 사회의 기본적인 경제단위로서의 기업이 사회가 원하는 제품과 서비스를 생산하고 이윤을 남기고 판매할 책임으로서 이윤 극대화나 고용창출이 이에 해당한다고 할 수 있다고 한다. 그리고 법적인 책임은 기업이 그 사회의 규범인 법률에 의거하여 적법하게 경제활동을 수행할 책임으로서 회계투명성이나 경영투명성 등 지배구조, 세금 납부 등이 이에 해당한다고 할 수 있다.

윤리적 책임은 법률로 강제하지 않더라도 사회가 기업에 기대하는 정당하고 공정한 경영활동을 수행할 책임을 말하며, 이에는 윤리경영, 제품안전, 소수인종 공정대우 등이 해당한다고 할 수 있으며, 자선적 책임은 자발적인 판단이나 선택에 따라 기업이 가진 자원을 활용하여 사회적으로 바람직한 행동을 하는 책임으로 기부 및 자산활동, 교육이나 문화, 체육활동 지원 등을 들 수 있다.⁵⁾

5) 남영숙, 전계 연구보고서, 12면 이하.

우리나라에서는 이러한 캐롤의 CSR 개념 중 가장 많은 부분을 차지하는 1단계 경제적 책임에 대하여는 평가를 제대로 하지 않은 상태에서 1990년대부터 2단계의 법적인 책임을 강조하여 이를 법제화하는데 치중하는 CSR논의가 진행되어 왔다.

그 결과 CSR논의가 진행되면 될수록 법적인 책임과 윤리적 책임, 자선적 책임이 혼재되어 CSR의 범위가 다양한 각도에서 재단되고 이를 기반으로 CSR평가기준들이 마련되고 이에 따른 개별기업에 대한 평가가 이뤄져 왔다.

이러한 관점에서 본다면 그 동안 대한민국에서의 논의되어 왔고 연구가설로 제시되어 왔던 CSR 모델은 더 이상 우리 사회에 해결방안을 제시할 수 없는 연구모델이 되었다고 할 수 있다.

그러나 중요한 것은 기업이 설립되어 지속적으로 이윤을 창출하지 않는 한 당해 기업이 경제적 책임은 물론이고, 법적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임 중 그 어느 것도 실천할 수 없다는 점이다. 이는 기업이 생존하여 이윤을 창출할 수 있도록 제도적 환경이 조성되지 않은 상황에서 CSR을 논하는 것 자체가 논리적 모순이라고 할 수 있다.

따라서 제도적으로는 현재와 같이 기업들에게 지속적으로 법적인 책임을 과도하게 부과한다면 경제위기에 직면하는 경우 기업들이 경제적 책임을 실천하지 못하는 사태가 발생할 수 있다.

2. 시장창출이 CSV

하버드대 경영학과 마이클 유진 포터 교수가 2011년 『하버드 비즈니스 리뷰』에서 CSV(*Creating Shared Value*) 개념을 정의하면서 더 이상의 CSR에 관한 논의보다는 새로운 각도에서 기업의 사회적 책임을 논하는 것이 필요하다는 문제제기를 한 바 있다. 이에 따르면 기업이 수익 창출 이후에 사회 공헌 활동을 하는 것이 아니라 기업 활동 자체

가 사회적 가치를 창출하면서 동시에 경제적 수익을 추구할 수 있어야 한다.⁶⁾

그리고 사례연구를 통하여 CSV의 타당성을 역설한 바 있다. CSV의 긍정적인 사례로 보다폰⁷⁾ 사례를 들었다. 통신 인프라가 부족한 아프리카 케냐에서 휴대폰의 통화 기능을 넘어선 모바일 송금 서비스라는 사회적 상품을 개발한 것을 CSV의 성공적 사례로 든 것이다.

또 다른 성공적인 사례로, 네슬레가 아시아 지역 저소득층의 영양 상태를 고려해 영양가 높은 제품을 저가격, 소포장의 ‘보급형 상품’으로 출시한 것을 CSV의 성공사례로 들었다.

부정적 사례로는 맥도널드사의 어린이 비만 퇴치운동을 들었다. 1990년대 초반 패스트푸드에 대한 부정적 인식이 미국과 유럽에 확산되자 맥도널드사가 ‘어린이 비만 퇴치 운동’을 마케팅에 활용하고자 한 바 있다. 그러나 소비자들은 맥도널드의 이런 행위가 자사 이미지를 바꾸기 위한 요식행위에 불과하다는 부정적 여론이 확산되면서, 오히려 슬로푸드 운동 확대의 기폭제가 되는 결과를 가져 왔다고 한다.⁸⁾

이러한 사례들을 심도있게 분석해 보면 독자적인 시장을 만든 기업의 경우에는 CSV를 실천한 것이고, 시장을 잃어버리거나 시장조성에 실패한 기업은 CSV를 실천하지 못한 기업으로 평가될 수 있다는 결론에 도달하게 된다.

6) 상세히는 박흥수, 「사회적 책임이 아닌 공동의 가치를 추구한다. Don't be Evil」, 『대홍 커뮤니케이션즈』, 2013년 1~2월호.

7) 보다폰(Vodafone)은 영국 이동통신업체로 2010년 매출 기준으로 세계 최대 이동통신업체로서 가입자 수(약 3억 4100만 명) 기준으로 차이나 모바일(China Mobile)에 이어 세계 2위 기업이었다. 이 기업은 전 세계 30여 개 이상 국가에 진출하여 모바일 송금서비스기능을 탑재한 모바일 폰을 제조, 아프리카지역에서 판매하여 이들에게 편의를 제공한 기업으로 평가된 바 있다. 이들이 개발한 모바일 환경에서 현금 또는 E-Money의 교환서비스 등을 하는 것으로서 이동통신사업자들이 은행 또는 송금 서비스 부문에 특화된 비금융기관을 지칭하는 MTO(Money Transfer Operator)들과 제휴한 서비스를 말한다.

8) 정대표, (시론) 공유가치창출과 소비자중심 경영, 서울경제, 2014-09-30.

따라서 결론적으로 보면 CSV를 실천한 기업은 캐롤이 제시한 CSR의 개념 중 시장을 창출하여 경제적 책임을 다한 기업이라는 결론에 도달할 수 있다고 본다.

3. 종합

앞에서 본 바와 같이 CSR과 CSV는 각각 별개의 개념이 아니라 CSR의 1단계인 경제적 책임을 다하는 것이 CSV를 실천하는 것이라는 결과가 도출된다. 이는 시장을 창출하고 지속가능한 경영을 하는 기업, 그리고 현재까지 생존하고 있는 기업이 바로 CSV를 실천한 기업으로 평가할 수 있다는 것을 의미한다.

따라서 대한민국에서 CSR과 CSV를 논함에 있어서는 별개의 개념으로 이해하여 이에 대한 시사점과 해결방안을 제도적으로 모색하고자 하는 것은 사실상 무의미할 수 있다고 생각된다.

오히려 우리가 그동안 CSR을 논함에 있어 간과했던 CSR의 1단계인 경제적 책임을 평가하고 이를 기반으로 대한민국에 적합한 기업의 사회적 책임을 판단하는 기준을 마련하는 것이 시급하다고 할 수 있다.

구체적으로는 대기업과 중소기업을 구분하고 대기업에게는 경제적 책임과 법적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임 모두를 고려한 CSR을 논하는 것이 필요하고 중소기업들에 대하여는 경제적 책임과 윤리적 책임을 중심으로 CSR을 논하는 것이 필요하다.

그리고 산업분야별로도 구분하여 CSR과 CSV를 논하고 이를 기반으로 제도를 구축하는 노력들이 필요하다고 본다.

구체적으로 제조업의 경우에는 고용창출에 가장 많은 비중을 두어 CSR과 CSV를 논하는 것이 필요할 것이다. 즉, 제조업의 경우에는 경제적 책임의 이행여부에 비중을 두어 CSR과 CSV의 기여도를 측정하는

반면, 법적인 책임이나 윤리적 책임은 다소 비중을 낮추어 기여도를 측정하는 것을 제도화하는 노력이 필요하다.

서비스업의 경우에는 윤리적 책임에 비중을 두어 CSR과 CSV를 논하고 이를 기반으로 제도적으로 구현할 필요가 있다.

그리고 1차 산업에 해당하는 산업분야에 대하여는 경제적 책임에 비중을 두어 CSR을 제도화하는 것이 필요하다고 할 수 있다. 그리고 자선적 책임에 대하여는 대기업을 대상으로 CSR을 논하고 이를 기반으로 정부가 인센티브를 제공하는 방식으로 이를 제도화할 필요가 있다.

Ⅲ. CSR과 CSV의 구현 방안

1. 개요

종래에는 CSR과 CSV를 논함에 있어서 어떠한 방식으로 이를 제도화할 것인가 하는 점에서 규범화를 통하여 기업들에게 이를 실천하도록 의무를 부과하는 방식을 채택해 온 바 있고, 현재도 법률로 이를 의무화시켜 기업들이 강제로 이를 준수토록 하는 제도를 구축하고자 지속적으로 노력하고 있다.

그러나 법률로 의무화된 CSR과 CSV의 구현은 과거의 경험을 돌이켜 보건대 오히려 기업가 정신을 희석시키는 결과를 가져왔다고 할 수 있다.

구체적으로는 2011년 이후부터 국내투자는 급속히 감소하는 반면 해외투자는 급증하는 결과를 가져 왔다.⁹⁾ 대기업들은 거액의 사내유보

9) 2015년 6월 4일 한국은행이 발표한 보도자료에 따르면 2015년 1/4분기 총저축률은 36.5%로 전년대비 1.8%p 상승하였고, 국내총투자율은 전년대비 0.6%p 하락한 28.1%를 기록하였으며 국외투자율은 8.6%로 전년대비 2.5%p 상승한 것으로 나타났다. 이러한 현상은 2015년 뿐만 아니라 2011년부터 지속적으로 심화되고 있는 것으로 나타났다. 한국은행의 통계자료를 분석해 보면 우리나라의 국내총투자율이 2011년부터 점차적으로 하락하다가 2013년 2분기에 이르러 급속히 하락한 것으로 나타났다. 즉, 2014년 1월 한국은행 발표에 따르면 2000년대 들어 기업의 설비투자 규모는 지속적으로 감소하고 있는 것으로 나타나고 있다. 즉, 설비투자 증가율은 1970년대에는

금¹⁰⁾을 보유하면서도 신수종 산업에 투자를 하지 않거나 사업을 접는 사태들이 빈번히 발생하고 있다.

중소기업들은 피터팬 신드롬에 발목이 잡혀 성장을 거부하면서 중소기업 사업영역을 보장해 달라는 요구만 하는 상황이 발생하고 있다.

이러한 관점에서 본다면 종래와는 다른 새로운 CSR과 CSV의 실천을 위한 대안마련이 필요하다고 본다.

2. 대기업의 CSR과 CSV구현 방안

(1) 현황 검토

대한민국 대기업의 경우 산업화 과정에서 외환위기를 겪은 1997년 이전까지는 정부의 전폭적 지원 하에 CSR의 1단계인 경제적 책임을 다했던 것으로 평가할 수 있다. 구체적으로는 대규모의 일자리를 창출했고, 이를 기반으로 고도성장을 이끌 정도의 이익극대화에도 기여한 바 있다.

그러나 선단식 경영과 과도한 중복투자로 대기업들의 부실화가 심화되면서, 정부는 국내대기업들의 체질개선을 자율에 맡기기 보다는 정부 주도로 이를 타개하고자 하였다. 선단식 경영과 관련하여 대기업의 지배구조 개선을 위해 1997년과 1998년에 상법과 구 증권거래법을 각각 개정하여 감사위원회제도(상법 제415조의2)와 사외이사제도(상법 제382조)를 도입하고, 소수주주권을 강화하기 위하여 집중투표제(상법 제

20.3%, 1980년대 12.6%, 1990년대 9.1%, 2000년대 3.9%로 점차 둔화되고 있다. 2011년부터 2012년까지는 0.9% 증가에 그쳤다. 설비투자가 국내총생산(GDP)에서 차지하는 비중도 1980~1989년(12.9%), 1990~1999년(12.4%), 2000~2009년(9.8%) 등 지속적으로 감소추세인 것으로 나타났다.

- 10) 국회 기획재정위원회 소속 이언주더불어민주당 의원이 지난 2016년 9월 28일 배포한 기획재정부 국정감사 자료에서 10대 재벌의 사내 유보금이 550조를 돌파했다고 언급한 바 있다. 이 의원에게 따르면 국내 대기업들의 올해 6월말 기준 사내유보금 현황을 살펴보니 삼성이 210조3000억원, 현대자동차(117조2000억원), SK(62조7000억원), 포스코(47조1000억원), LG(44조6000억원), 롯데(30조6000억원), 현대중공업(14조8000억원), GS(10조6000억원), 한화(9조8000억원), 한진(2조2000억원) 순이었다. 일간NTN 2016.09.28. 기사.

382조의2), 주주제안제도(상법 363조의2) 등을 도입한 바 있다. 그리고 추가로 주주대표소송(상법 제403조)이나 이사의 위법행위유지 청구권(상법 제402조) 등의 행사요건을 대폭 완화하는 법개정을 단행한 바 있다.

특히, 지배구조개선과 관련하여서는 자산 2조원 이상 되는 상장회사의 경우에는 의무적으로 이사회 구성원 중 과반수 이상을 사외이사로 선임하고(상법 제542조의8), 사외이사가 3분의2 이상 참여하는 감사위원회를 의무적으로 설치(상법 제542조의12)하도록 하는 등 경영투명성 제고를 위한 각종의 사전규제제도를 도입한 바 있다.

그 밖에도 경영진들의 도덕적 해이 현상에 대하여 엄격한 책임을 부과하기 위하여 형사벌을 강화하는 한편, 민사책임도 엄격히 부과하고자 2005년에는 증권관련집단소송법제도 도입한 바 있다.

그리고 2011년에는 지배주주 일가의 사적 이익추구를 엄격히 통제하고자 자기거래범위를 확대하여 거래를 엄격히 통제하고(상법 제398조), 회사기회유용금지규정(상법 제397조의2)을 명문화하여 지배주주일가의 투자도 엄격히 통제하는 상법개정을 단행한 바 있다.

그리고 과도한 중복투자를 막기 위하여 공정거래법을 개정하여 자산 2조원 이상 되는 기업과 그 계열사들의 경우 상호출자제한(공정거래법 제9조)은 물론이고 출자총액제한(현재는 폐지), 부채비율 200% 제한, 계열사채무보증금지(공정거래법 제10조의2), 금산분리엄격제한(공정거래법 제11조), 지주회사 규제(공정거래법 제8조의2) 등 각종 사전규제제도를 신설하여 기업들의 중복투자를 차단한 체질개선을 도모한 바 있다.

그리고 2013년에는 지배주주일가가 설립한 회사의 거래를 사전규제하여 중소기업들과의 동반성장을 꾀하는 제도(공정거래법 제23조의2)들을 도입하는가 하면, 신규순환출자도 금지(공정거래법 제9조의2)한 바 있다.

이처럼 지난 40여년 이상 동안 대기업들의 경우에는 캐롤이 제시한 CSR모델 중 1단계인 경제적 책임과 2단계인 법적 책임을 모두 수행하였다고 할 수 있다. 그 밖에도 각종 사회공헌활동을 통하여 자선적 책임도 다하였다고 할 수 있다.

다만, 경영권 승계과정에서 편법승계논란이 제기된 점과 사회공헌을 대주주 개인이 아닌 기업돈으로 하였다는 점, 일감몰아주기를 통한 편법적 부를 축적한다는 점 때문에 윤리적 책임을 다하였는지에 대하여는 논란들이 많았다.

따라서 대기업들의 경우에는 CSR 3단계에 해당하는 윤리적 책임과 관련하여서는 그 역할이 미흡했다는 지적들로부터는 자유롭기 어려운 실정임은 분명하다.

다만, 최근 대기업들의 성장동력이 고갈되어 가고 있는 상황에서 대한민국 경제의 상당부분을 차지한 대기업들이 신성장동력을 발굴하고 이를 추진하여 CSR을 다하기 위하여서는 어떠한 노력이 필요한 것인지에 대하여는 심도있는 논의가 필요하다.

분명한 것은 대기업들에게 지금까지 CSR단계 중 가장 취약했던 윤리적 책임을 강화하여 신성장동력을 찾도록 하는 것이 가능한지는 불확실하다는 점이다.

따라서 최근에 대기업들에게 CSV를 실천할 것을 요구하는 주문들이 많은 것으로 추측된다. CSV란 대기업들이 새로운 시장을 개척하거나 시장의 지배력을 확대하여 새로운 경제적 책임을 다하는 것이라고 할 수 있다. 즉, 대기업이 앞으로도 지속적으로 생존하여 일자리도 창출하고 이윤도 창출하여 국가경제발전에 기여하는 것이 대기업의 CSV인 것이다. 그러나 현실적으로 과도한 현행 법적 책임 때문에 대기업들이 CSV를 실천하기는 어려워 보인다.

이러한 관점에서 대기업은 물론이고 정치권, 정부, 그리고 중소기업, 국민 모두가 합심하여 해결방안을 모색하는 것이 시급한 상황이라고 할 수 있다.

(2) 구현방안

대기업들이 CSV를 구현하기 위하여는 새로운 시장을 개척하여 경제적 책임을 다할 수 있도록 그동안 과도하게 부과되었던 법적 책임으로부터 좀 더 자유로운 제도적 환경의 조성이 시급하다고 할 수 있다.

물론, 여전히 대한민국 사회는 대기업을 “시장의 폭군”으로 보는 시각들이 지배적인 듯하다. 즉, 아직은 신뢰할 수 없기 때문에 정부가 인위적으로 대기업 집단을 해체시켜 작지만 강한 기업으로 재탄생할 수 있도록 제도를 개선해야 대한민국의 시장경제가 발전할 수 있다고 보는 시각들이 여전히 존재하고 있다.

그러나 글로벌 시장에서 개별 강소기업으로 경쟁력을 갖기란 쉽지 않다. 오히려 글로벌 마켓에서 대한민국 기업이 사라질 위험성이 더 높은 것이 현실이다.

따라서 대기업들에 대한 정부와 정치권, 그리고 국민들의 신뢰를 회복하는 것이 시급하다고 할 수 있다. 그러나 시장의 신뢰를 단기간에 얻는 것이 사실상 매우 어렵다. 따라서 대기업들이 CSV를 실천할 수 있도록 먼저 제도적 환경을 조성해 주는 방안을 모색해 볼 필요가 있다. 이를 위하여 현재 대기업집단들에게만 특별히 적용되는 상법 및 자본시장법, 공정거래법, 금융산업구조개선법, 은행법, 보험업법 등에 산재되어 있는 사전규제들을 순차별로 제거해 가는 입법적 노력이 필요하다고 본다.

만약 그래도 신뢰할 수 없다면 정부가 특정산업분야 육성정책을 수립하고 이를 시행하는 과정에서 대기업들이 참여하는 경우에는 현행법

상의 사전규제들의 적용을 배제하는 일명 “규제프리존법” 방식을 통해 대기업들이 CSV를 실천할 수 있도록 제도적 환경을 조성하는 것이 필요하다.

대기업들 역시 “시장의 폭군”으로 비춰졌던 영업활동에 대한 개선이 필요하다. 즉, 하청업체에 책임을 전가하는 행위나 중소기업의 기술을 카피하기보다는 정당한 가격을 지불하고 상생하는 방안을 모색하는 전략적 접근이 필요하다. 다소 미흡하다고 지적받아 왔던 윤리적 책임과 관련하여서는 총수들이 직접적으로 법적인 책임도 감수할 수 있도록 이사로 등기하고, 직접적으로 경영에 참여하여 가시적으로 경영능력을 입증하고자 하는 노력들이 필요하다고 본다.

그리고 CSR과 CSV를 실천하기 위하여는 무엇보다도 기업가 정신이 다시 대한민국 경제발전의 기폭제가 되어야 한다. 기업가 정신이란 실패의 위험을 감수하면서 까지도 투자를 하는 정신을 말한다. 이러한 기업인에게 일반인보다 엄격한 사회적 책임을 부과하는 경우 자칫하면 기업가 정신이 소멸될 수 있다는 점을 생각해 봐야 한다. 특히, 극한의 경쟁 세계에서 생존을 담보로 경영판단을 하는 기업인에게 공직자 등과 동일한 사회적 책임을 요구하는 경우 대한민국에는 민간기업이 점차 사라져 갈 수 있다.

대한민국에서는 탄생하지 못한 중국 IT 대기업 알리바바의 창업자 마윈이 “기업 경영은 협객이 되는 것과 다르더라”, “오늘은 잔혹하다. 내일은 더욱 잔혹하다. 모래는 매우 행복하다. 단 절대다수의 기업은 내일 밤에 죽는다” 등의 어록을 통해 기업경영이 갖는 특성을 대변하고 있다.

따라서 실패한 경영자를 배임죄 등을 이유로 구속수사하는 관행들도 조속히 개선될 필요가 있다.

3. 중소기업의 CSR과 CSV구현 방안

중소기업들의 CSR 역시 대기업과 마찬가지로 경제적 책임 관점에서 보면 그 역할을 다했다고 평가할 수 있다. 그러나 법적 책임과 관련하여서는 대기업들에 비하여는 그 책임이 덜하여 비교적 CSR을 실천하기 용이할 수 있다.

다만, 중소기업들이 글로벌 시장에서 세계적인 기업들과 경쟁하여 CSR과 CSV를 실천하기 위하여는 무엇보다도 실패를 감수하면서 까지도 모험적 경영을 감행할 기업가 정신이 절대적으로 필요하다고 본다.

이와 관련하여 중소기업적합업종 지정, 중소기업지원, 벤처기업육성 등과 같이 시장배분적 규제를 통하여 대기업과 중소기업이 경쟁할 수 없도록 칸막이를 쳐 놓아 그 동안 국내 중소기업들의 기업가 정신이 약화되었다는 지적들이 많다.

중소기업들은 국내대기업들과 경쟁도 해야 하지만 글로벌기업들과도 과감히 경쟁할 수 있는 마음자세와 실천이 가능해야 CSR과 CSV를 실천하는 지속가능한 기업이 될 수 있다고 본다.

따라서 피터팬 신드롬과 같이 중소기업들 스스로 성장을 포기하도록 환경을 조성한 제도들을 개선할 필요가 있다고 본다.

구체적으로는 중소기업을 졸업하는 경우 사라질 특혜를 제거하는 입법노력들이 필요하다. 즉, 중소기업에만 존재하는 특혜제도를 점차 축소하는 것으로, 규제일몰제와 같이 중소기업지원일몰제도 도입하는 것이 필요하다.

동시에 상호출자제한집단에만 적용되는 특별규제들을 순차적으로 완화하여 중견기업들도 대기업으로 성장하고자 하는 기업가 정신이 살아나도록 법제도를 개선할 필요가 있다.

4. 산업별 CSR과 CSV구현 방안

산업별로 보면 제조업, 서비스업, 1차 산업 소속 기업 모두에게 캐롤의 CSR모델을 동일하게 적용하는 것이 적합하지 않을 수 있다. 즉, 1차 산업, 2차 산업, 3차 산업, 4차 산업 군별로 구분하여 각 산업별 소속 기업들이 보다 효율적으로 CSR을 구현할 수 있도록 제도적 방안을 마련하는 것이 필요하다.

1차 산업군 소속 기업들의 경우 경제적 책임보다는 윤리적 책임에 비중을 두어 CSR을 실천할 수 있도록 제도적 방안을 마련하는 것이 필요하다. 특히, 농수축산물의 경우에는 국민의 먹거리를 취급한다는 점에서 윤리적 책임에 더 비중을 두어 제도적 장치를 마련하는 것이 필요하다고 본다. 구체적으로는 식품거래소를 특수민간자본으로 설립하게 하고 식품거래소에 등록된 농축수산업자의 경우에는 거래소에 상품을 공시할 수 있게 하고 거래소를 통하여 농축수산물이 거래되도록 하는 방안을 모색해 볼 필요가 있다.

식품거래소에 등록하고자 하는 사업자는 거래소의 심사를 거쳐 등록되며, 등록된 후에는 정기적으로 심사를 받도록 하면 1차산업의 CSR과 CSV 실천이 더욱 용이할 것으로 판단된다.

2차산업군 소속 기업들의 경우에는 경제적 책임에 더 비중을 두어 CSR과 CSV를 실천하도록 하는 것이 필요하다. 특히, 제조업의 경우에는 기술개발과 원가경쟁이 상상할 수 없을 정도로 치열하다는 점에서 이들에게 법적 책임과 윤리적 책임을 과도하게 부과하는 경우 글로벌 경쟁력을 상실할 수도 있다. 따라서 제조업 등 2차 산업에 종사하는 기업들에게는 법적인 책임 중 지배구조와 관련한 사전규제는 대폭 완화하여 이들이 CSV를 실천하도록 제도를 보완하는 것이 필요하다.

3차산업군 소속 기업들의 경우에는 경제적 책임과 윤리적 책임에 비중을 두어 CSR과 CSV를 실천할 수 있도록 제도화하는 방안이 모색되어야 한다. 특히, 서비스산업의 경우 고용창출효과가 크고 다수의 소비

자를 상대하여야 한다는 점에서 윤리적 책임이 중요하다고 할 수 있다.

따라서 서비스산업에 종사하는 기업들에게는 창의적으로 소비자들의 니즈를 충족시키고 시장의 신뢰를 제고하여 CSV를 실천할 수 있도록 법적 책임과 관련한 사전규제들을 대폭 완화할 필요가 있다.

4차산업군 소속 기업들은 시장을 창출해야 생존이 가능하다는 점에서 경제적 책임을 다하면 CSR과 CSV를 실천한 것으로 평가할 수 있도록 제도화하는 것이 필요하다. 특히, 대규모의 자본이 신속히 조달될 수 있도록 투자와 관련된 사전규제들을 대폭 완화하는 것이 필요하다. 대표적인 예로 인터넷전문은행이 은행주식소유제한으로 설립이 활발히 진행되고 있지 않는 점을 고려하여야 한다.

입법론적으로는 규제프리존법¹¹⁾ 또는 정비법의 형태에서 4차산업군에 속한 융합형 기업들에게는 종래에 속한 기업에 적용되는 규제들의 적용을 배제하는 특례법을 제정하는 방안도 모색해 볼 필요가 있다.

참고로 일감몰아주기로 인한 투자제한의 적용을 받는 재벌 2,3세들이 4차산업 소속 기업들에 투자를 하는 경우 투자제한에 관한 규제를 완화해 주는 방안도 모색해 볼 필요가 있다.

IV. 결어

마이클 유진 포터 교수가 말하는 CSV에 대한 정의에 입각해 보면, 현재 대한민국 포털사이트에 널리 홍보되는 광고문구 중 대표적인 예가 시원스쿨의 사례라고 생각된다.

11) 정부가 2015년 12월 16일 발표한 ‘2016년 경제정책방향’에서 핵심 콘텐츠로 내세운 것으로서 신성장 산업 기반 마련과 지역경제 발전이라는 ‘두 마리 토끼’를 한꺼번에 잡기 위해 발표한 입법정책이다. 이에 따르면 정부는 수도권을 제외한 14개 시·도별로 전략산업을 두 개씩(세종시는 한 개) 지정했다. 부산은 해양관광과 사물인터넷(IoT) 도시기반서비스, 대구는 자율주행자동차와 IoT 기반 웰니스산업, 전남은 무인항공기(드론)와 에너지신산업, 경북은 웨어러블 디바이스와 첨단소재 타이타늄 등 미래성장 산업 위주로 선정했다. 이를 위해 정부는 지자체가 선정한 산업을 육성하기 위해 업종, 입지 등 핵심 규제를 대폭완화해주는 방안이 포함되어 있다. 이 법이 통과되는 경우 규제로 사업화나 시장 출시가 어려웠던 신기술·융복합 분야도 안전성 확보를 전제로 규제특례를 인정해 줄 수 있을 것으로 예상된다. 이를 위해 정부가 ‘규제프리존 지정·운영을 위한 특별법’을 국회에 제출한 것으로 알려져 있다.

시원스쿨은 수강생에게 “시원스쿨 바이&기브”에 후원을 유도하기 위해 후원을 많이한 수강생에게는 수강권을 제공하고 있다. 즉, 기업 활동 자체가 사회적 가치를 창출하면서 동시에 경제적 수익을 추구할 수 있는 모델이라고 할 수 있다.

그러나 이러한 모델을 전 산업에 일괄적으로 적용하는 것은 문제가 있다. 이는 CSV를 마케팅의 한 방법으로 이해할 수 있기 때문이다.

사실, CSR과 CSV를 마케팅의 한 방법으로 이해하는 한 이를 연구대상으로 정하고 이를 기반으로 한 국가의 제도를 개혁한다는 것은 자기모순에 빠질 수 있다.

CSR과 CSV를 제도적으로 정착시켜 나가고자 한다면 CSR과 CSV를 통하여 기업들이 지속적으로 성장하여 그 사회적 책임을 다할 수 있도록 좀 더 큰 틀에서 이해할 필요가 있다.

(참고문헌)

- 남경완, 기업의 사회적 책임과 윤리경영, 전국경제인연합회 윤리경영 T/F팀 연구보고서 (2003.6)
- 남영숙, “기업의 사회적 책임(CSR)의 글로벌 트렌드와 지역별 동향연구”, 외교통상부용역연구결과보고서 (2011.12)
- 박흥수, 「사회적 책임이 아닌 공동의 가치를 추구한다. Don't be Evil」, 『대홍 커뮤니케이션즈』, 2013년 1~2월호
- 이상민, 기업의 사회적 책임 - 미국과 한국 기업의 사회공헌활동 비교, 한국사회학 제36권 제2호 (2002.4)
- 이형준, 기업의 사회적책임이란 무엇인가, 한국경영자총협회 부설
- 서영진, 노동경제연구원 연구총서 51 (2004.12)
- 전삼현, 인터넷전문은행과 은산분리법제 검토, 한국경제연구원 「인터넷전문은행의 성공적 출범을 위한 은산분리 완화 필요성」 세미나 (2016.5.16.일) 자료집
- 한 철, 기업의 사회적 책임(CSR) -그 현대적 과제, 기업업연구 22권 제1호 (2008.3)

<토론1>

CSR보다 CSV가 경제적 자유에 부합하는 개념

김이석

시장경제제도연구소 소장

CSR보다 CSV가 경제적 자유에 부합하는 개념

김이석 | 시장경제제도연구소장

1. CSR피라미드 모형에 내재된 개념적 모호성

전삼현 교수의 지적처럼 외환위기 이후 우리사회에 '기업의 사회적 책임'(CSR: Corporate Social Responsibility)이란 말은 비교적 널리 유통되고 있지만, "구체적으로 CSR이 무엇인가 하는 점에서는 여전히 학문적으로 뿐만 아니라 실무적으로도 그 개념이 불명확할 뿐만 아니라 그 적용방법에 대하여도 여전히 논란들이 많은 것이 사실이다."

전교수가 논의의 필요상 어쩔 수 없이 매슬로우의 욕구단계설과 비슷하게 CSR을 경제적 책임, 법적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임으로 나눈 Archie B. Carroll의 "CSR피라미드 모형"을 인용하고 있다. 그러나 비록 이 모형이 비록 CSR에 대한 현대적 개념 중 가장 많이 인용되고 있다고 하지만 이 모형도 CSR이 지닌 개념적 불명확성과 모순을 그대로 안고 있음은 물론이다.¹²⁾

전교수의 설명을 인용하자면, Carroll의 "경제적 책임은 사회의 기본적인 경제단위로서의 기업이 사회가 원하는 제품과 서비스를 생산하고 이윤을 남기고 판매할 책임으로서 이윤극대화나 고용창출이 이에 해당한다고 할 수 있다."

"법적인 책임은 기업이 그 사회의 규범인 법률에 의거하여 적법하게 경제활동을 수행할 책임으로서 회계투명성이나 경영투명성 등 지배구조, 세금납부 등이 이에 해당한다고 할 수 있다." "윤리적 책임은 법률로 강제하지 않더라도 사회가 기업에 기대하는 정당하고 공정한 경영

12) Archie B. Carroll, The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders, Business horizons 34 (4), 1991, p.39-48.

활동을 수행할 책임을 말하며, 이에는 윤리경영, 제품안전, 소수인종 공정대우 등이 이에 해당한다고 할 수 있다.”

마지막으로 “자선적 책임은 자발적인 판단이나 선택에 따라 기업이 가진 자원을 활용하여 사회적으로 바람직한 행동을 하는 책임으로 기부 및 자산활동, 교육이나 문화, 체육활동 지원 등을 들 수 있다.”

시장에서의 (교환)거래가 권리를 바탕으로 하고 있고, 실은 재산권의 거래이기 때문에 ‘정당한’ 권리(재산권)가 무엇인지 확정되지 않으면 무엇을 거래할 것인지도 알 수 없다는 점에서 법적 책임을 1단계 경제적 책임 이후로 둔 것도 무슨 뜻인지 잘 알 수 없다. 기본적인 재산권과는 다른 차원의 국회에서 제정된 법률이나 규제가 존재할 때 그것을 지키지 않으면서 Carroll이 말한 경제적 책임을 다해도 된다는 의미인지도 확실하지 않다.



그림 11 Carroll의 CSR피라미드 모형
(출처: Carroll 1991, 전삼현에서 재인용)

다음으로 기업이 자선적 책임을 다하는 것 자체가 경제적 책임을 저해하는 것일 수 있다. 예를 들어보자.

이사벨 패터슨은 자선사업가보다 돈을 벌 욕심으로 궁핍한 사람을 고용하는 기업가가 실제로는 더 좋은 자선을 베풀고 있음을 다음과 같이 설파했다.¹³⁾

“자선사업가가 궁핍한 사람에게 의식주를 공급해 준다고 해보자. 그 의식주를 사용하고 있는 동안 의존의 습관을 얻었을지 모른다는 점을 빼면 (남에게 기대 살아야 하는) 그의 처지는 여전하다. 그러나 어떤 사람이 자선의 동기는 없으면서 자신이 필요해서 그 궁핍한 사람을 임금 주고 고용한다고 해 보자. 그 고용주는 선행을 한 것이 아니다. 그러나 고용된 사람의 처지는 실제로 변했다. 이 두 행동의 근본적 차이는 무엇인가? 비자선적인 고용자는 그 사람의 에너지를 에너지의 대순환계인 생산과정 속으로 돌아오게 하였다. 이에 반해 자선사업가는 그 수혜자로 하여금 고용기회를 찾아 생산과정에 복귀할 가능성이 낮아지는 쪽으로 에너지가 분출되게끔 에너지 분출의 방향을 바꾸었다.

먼 옛날부터 행해진 진지한 자선사업가들의 선행들을 다 합치더라도, 그 혜택은 에디슨이 적용했던 과학적 원리들을 밝혀낸 위대한 인물들이 인류에 선사한 혜택에 견줄 수 없음은 물론이고, 에디슨의 이기적인 노력으로부터 인류가 얻었을 혜택에 견주어도 그 10분의 1도 못될 것이다. 이처럼 무수한 사색가들, 발명가들, 기업가들이 그의 동료들의 편리한 생활, 건강, 행복에 기여해 왔는데, 역설적이게도 그 까닭은 동료들의 행복이 그들의 목적이 아니었기 때문이다.”

어떤 기업이 한 개인의 소유가 아니고 기본적으로는 소유자들의 동의를 얻었다고 볼 수 있는 게 아니라면 기업이 아니라 각 개인이 자신의 호주머니에서 사회적 기부를 하는 것이 정도이지만, 기업 혹은 개인이 기부를 하는 경우에도 그 기부만큼 고용을 할 수 없다. 그렇다면 패터슨의 말처럼 A에게 그저 기부를 해서 계속 기부를 받아야 할 처지에

13) 김이석, 《변영은 자유주의로부터》(나남, 2013)

인용된 페터슨의 글은 다음을 참고. Isabel Paterson, The God of the Machine, New York: G. P. Putnam's Sons, 1943, pp.248-250;

머무르게 하기보다는 투자를 해서 A를 고용하는 편이 A의 처지를 훨씬 더 개선할 수 있다. 4단계 자선적 책임을 다하는 데 해당하는 기부행위가 1단계 경제적 책임, 즉 고용을 해칠 수 있다면, 이런 식의 위계적 이해는 상당한 개념적 어려움에 봉착할 수밖에 없다.

결국 CSR이라는 개념도 기업들로부터 이들의 행위를 특정 방향으로 유도할 때 혜택을 입을 사람들이 기업을 규제하기 위한 개념적 도구의 성격이 강하다고 할 수 있다.

2. CSV : 이윤의 창출이 CSV

CSV(Creating Shared Value)의 개념과 사례로 제시된 것을 보면, 이 개념이 CSR보다 훨씬 더 경제적 자유(시장경제)에 부합하고 앞에서 Carroll의 CSR 모형에 대해 제기한 비판으로부터 자유롭다는 것을 알 수 있다. 기업활동 자체가 사회적 가치를 창출하면서 경제적 수익을 추구할 수 있어야 한다고 주장하기 때문에 수익 창출 이후 사회공헌 활동을 한다고 할 때 발생하는 모순이 발생하지 않기 때문이다.

사실 수익이 나기 위해서는 "Buy-Low Sell-High"를 할 때 가능하다. 다시 말해 사람들이 (사회적으로) 시장에서 낮게 평가하고 있던 자원을 현재의 용도로부터 더 높게 평가하는 용도로 전환시킬 때(즉, 사회적 '부가'가치를 창출할 때) 가능하다. 이런 경제학적 통찰을 CSV는 '공유된 가치'(Shared Value)라고 다른 방식으로 정의하고 있을 뿐이다.

사례연구에서 제시하는 보다폰의 사례는 휴대전화를 통해 통신기능에 더해 모바일 송금서비스를 함으로써 일종의 '사회적 상품'을 개발했다고 평가하지만, 경제학자의 눈에는 이미 존재하는 이윤기회였으나 아직 다른 사람들이 기업가적 "발견"과 "행동"을 통해 활용하지 못한 기회를 활용한 것으로 볼 수 있다. (물론 여기에서 모바일 송금서비스 시장의 '발견'이라고 할 것인지, 아니면 그 시장의 '창조'라고 할 것인지는 우리의 논의에서 그렇게 중요한 문제는 아니다.)

이를 더 확장해보면 수익의 창출이 아니라 "Buy-High Sell-Low"로 인해 손실을 야기했다면, 이는 부가가치를 창출하기는커녕 사람들이 현재 부여하는 가치에 비해 더 낮은 용도로 자원을 변경하였기 때문이다. 손실은, 말하자면, 그에 대한 '벌'인 셈이다.

3. '경제적 자유'의 확보가 CSV를 더 잘 실천하게 하는 길

앞의 논의를 종합해보면, 결국 사람들이 자신의 재산권에 대해 거래할 수 있을 때, 그리고 이윤기회를 남보다 먼저 발견해서 이를 행동으로 옮기는 기업가정신을 발휘하는 데 제약이 없을 때 이윤이 만들어지고 CSV가 실천되는 것으로 볼 수 있다. 여기에 제약이 많을수록 이윤은 잘 창출되지 않을 것이고 그 결과 소위 Shared Value도 창출되지 않을 것이다.

그렇다면 사실 CSV를 위한 여러 정책들에 대한 논의도 결국 이것이 경제적 자유를 높이는 것인지 아니면 그 반대인지에 대한 성찰로 변환될 수 있다고 생각한다.

비록 이렇게 CSV가 토론자의 눈에는 '경제적 자유' 문제를 다른 형태로 변형한 것으로 보이지만, 그래도 나름대로 그 기능은 있는 것 같다. 아무튼 현재 기업의 사회적 책임 논의가 여전히 우리 사회에 무성한 만큼 이를 약간 다르지만 경제적 자유 개념에 부합하는 방식으로 전환시키는 효과가 있기 때문이다.

<토론2>

한국택시협동조합 사례로 본 CSV

임헌조

한국협동조합연대 상임이사

한국택시협동조합 사례로 본 CSV : 공유가치창출

임헌조 | 한국협동조합연대 상임이사
한국택시협동조합 이사

1. 이익과 사회공헌을 한 번에 해결하는 기업형태는?

수능시험이 앞으로 다가왔다. “학교수업에만 충실했더니 좋은 결과가 나온 것 같습니다.” 이러한 인터뷰는 이제는 식상하다. 아무도 믿지 않기 때문이다. 이것을 기업 활동에 대입해보자. “한눈팔지 않고, 기업 이익을 내기 위해 최고의 노력을 기울였더니 사회공헌에서도 최고의 평가를 받았어요.” 기업 활동을 통해 이익을 내고, 그 이익의 일정부분을 기부하여 사회공헌사업을 하는 요즘 시대에는 꿈같은 얘기다. 하지만 불가능한 것일까?

오늘 토론을 위해 ‘한국택시협동조합(쿵택시 COOP-TAXI)’의 기업 활동을 CSV의 우수한 사례로 소개하고자한다. 쿵택시는 일반협동조합으로서 기업 활동을 목적으로 하는 경제조직이다. 시장에서 활동하며 경쟁력이 없으면 당장 퇴출될 수밖에 없는 기업 형태의 하나이다. 주식회사 등 다른 기업과 동일하게, 경쟁력을 확보하기 위해 부단하게 노력하며 더 많은 이익을 창출하기 위하여 구슬땀을 흘린다. 협동조합이라고 해서 특별하게 중앙정부나 지자체로부터 지원을 받아본 적이 없다. 오히려 협동조합이기 때문에 편견에 입각한 공격은 많이 받아보았다. 오늘부로 공격이 멈추길 바란다.

2. 「노동집약-고용중심」 사업에서 발군의 역량을 보이는 협동조합

쿵택시(COOP-TAXI)는 협동조합이 가지는 남다른 경쟁력에 착목하여 설립, 운영하고 있다. 천문학적인 초기자본과 기술개발이 필요한 산업

부문은 주식회사가 적합할 수 있지만, ‘노동집약-고용중심’의 산업에는 협동조합이 어느 기업형태보다 시장에서 경쟁력을 갖추고 있다는 면밀한 분석과 검토 아래 시작하였다. 현재, 청소용역협동조합, 퀵서비스협동조합 등 다양한 분야로 협동조합운동을 넓혀가고 있다. 우리는 ‘협동’이 경쟁력의 또 다른 원천임을 시장에서 매년 확인한다. 물론 이것은 일반적인 경쟁력 그 이상을 의미한다.

협동조합은 CSV를 실현하는 맞춤 기업 조직 중 하나이다. 1인1표인 민주적 운영시스템은 조합원들의 이익을 위한 기업문화와 경영목표를 세워나간다. 이를 통한 직원만족은 서비스만족으로 나타나고 고객만족으로 귀결된다. 특히, 조합원으로서의 주인의식과 실질적인 경영참여는 이들에게 ‘기업가 정신에 입각한 새로운 시민¹⁴⁾’(a good corporate citizen)으로 거듭나는 계기로 작용한다. 일류시민으로 성장하면서 조합원들이 ‘경제적’ ‘법적’ ‘윤리적’¹⁵⁾ 이해와 책임의식을 깨달아 나가는 것을 보았다. 단지, 일자리 창출만을 CSR이나 CSV라고 이해하는 것은 곤란하다. 어떤 일자리 창출인지가 중요하다고 협동조합은 말한다. 직업이 경제적인 활동으로 돈만 버는 곳이 아니라, 새로운 시민으로 성장하는 터전이 되기를 새로운 시대가 요구하고 있다.

3. 쿵택시(COOP-TAXI), 지난 1년여의 궤적

-양질의 일자리가 어떻게 기업과 기사들의 모습을 바꾸는가!

재작년, 2014년 12월 겨울, 한국최초 기업형 우리사주 택시협동조합 설립을 추진하면서 한국협동조합연대(당시 이사장 박계동)는 무엇보다도 조합원(기사)들의 경제적인 편익을 가장 소중한 가치로 놓았었다. 홍보물을 만들어 손님을 태우기 위해 대기하고 있는 기사들에게 직접 뿌릴 때에도 ‘월 평균 50만원 수입 증대 효과’라는 선전문구가 강조되었다. 조합원들도 ‘당장의 이익’인 경제적인 편익에 목말라했다. 택시기

14) 캐롤(Carroll)의 'pyramid of CSR' 맨 위 단계는 ‘자선적 책임’(Philanthropic)으로서, 삶의 질을 향상시키기 위한 조건으로 ‘Be a good corporate citizen’을 제시하고 있다. 요컨대, 기업인(오너 및 직장인)들이 사랑으로 넘치는 새로운 시민이 되어야 한다는 말이다. 자선은 그 말 자체에 스스로 우리나라와 행하는 사랑의 실천을 담고 있다.

15) 이것은 pyramid of CSR의 아래 세 단계를 가리킨다.

사의 수입이 최저생계비에 밑도는 형편없는 수준이었기 때문이다. 그로부터 1년여 시간이 지났다. 그 과정에서 다양한 경험을 우리는 했다. 물론 경험은 현재 진행형이며, 앞으로 우리를 어떠한 곳으로 안내할지 자세하게는 모른다. 하지만 지금 이 순간 우리에게 한없는 영감과 도전을 부여하고 있는 변화하는 현실에 우리는 놀라고 있다.

◦‘경제적인 편익’보다 소중한 ‘안정적인 고용’

작년 95%까지 치솟던 가동률이 올해 들어 소폭으로 떨어지기 시작했다. 이사회에서는 민감하게 반응했지만 조합원들은 달랐다. 언제 해고될지, 언제 이직할지 몰랐던 과거와는 달리 내 직장, 내 회사라는 주인의식과 건강이 허락하는 한 우리사주로서 운전대를 계속 잡을 수 있다는 고용에 대한 확신이 조합원들의 마음을 변화시키고 있었다. 자발적으로 조합 내에 동아리가 만들어졌다. 산악회, 바둑모임 등 활발한 동아리 활동이 조합원들의 표정을 밝게 만들었지만 가동률을 떨어뜨리는 원인 중 하나였다. 조합원 중 한 명은 이렇게 말한다. “이제, 돈은 조금 적게 벌어도 괜찮아요. 협동조합 이전에는 서로 눈도 잘 안 마주치고 스쳐지나가는 인생들이라고 생각했는데, 조합원들과 인간적인 교류도 하고 친밀해지니까, 이게 인생이구나 하는 생각이 듭니다.”

◦‘1억 저축 클럽’-평생 처음 적금을 들다

또 다른 한편에서는 안정적인 고용을 바탕으로 ‘1억 저축 클럽’이 생겼다. 은행 대출을 받아 갚아 나가고 있는 출자금(2천5백만 원)과 매월 일정액을 적금으로 부어 5년 안에 1억을 만든다는 모임이다. 이들 중에는 평생 처음으로 은행에서 적금을 개설한 조합원도 있다. 비로소 ‘인생설계’라는 것을 하게 된 것이다. 모두가 안정적인 고용 효과라고 생각한다. 적금을 들기 전과 든 후의 얼굴 표정과 눈빛이 바뀌었다. 조합원들은 1년 전과 비교할 때 많이 달라졌다. 보다 적극적으로 긍정적으로 변하고 있다. 협동조합을 단지 경제적인 효과로서만 보서는 안 되는 지점이다.

◦초등학교 학급회의 이후 처음 해보는 ‘조합원 및 대의원 총회’

처음에는 싸우는 줄 알았다. 곧바로 아수라장이 될 것만 같았다. 하지만 그렇지 않았다. 회의에 서툴렀던 것이다. 아무도 초등학교 이후 회의에 대해서-어떻게 의사를 개진하고 민주적으로 합의하고 소수의견을 존중해야 하는지 가르쳐 주지 않은 것이다. 시간이 지나면서 소통의 기술은 발전했다. 소통이 원활해지고 상호 이해가 넓어지면 그 안에 다양한 꽃들이 핀다. (물론, 벌초를 해야 하는 것들도 있다.) 글자로만 보던 ‘협동조합은 민주주의의 학교’라는 경구가 체험으로 들어오는 순간이다. 이것은 사회적으로 보았을 때, 매우 의미 있는 지점이 아닐 수 없다. 독일 등 서구사회는 일류 시민의식을 키우기 위해 국민교육센터 등 얼마나 많은 재원을 투자하는지 알고 있는가. 협동조합의 새로운 가치와 의미를 되새길 필요가 있다.

4. 소결

7 지역사회에 대한 기여

▶ 조합원의 동의를 토대로 조합이 속한 지역사회의 지속가능한 발전을 위해 노력

세계협동조합연맹(ICA)에서 결의된 ‘협동조합운동 7대 원칙¹⁶⁾’을 보면 마지막 원칙에 ‘지역사회에 대한 기여’가 있다. 미국 서부지역에서 최근 활성화되고 있는 노동자 협동조합의 사례를 보면, 처음부터 조합원들이 자기 이외의 사람들과 지역 공동체에 관심을 기울이고 자발적으로 자선행위를 하지는 않는다. 조합 활동을 통해 ‘새로운 시민’으로 성장하면서 협동조합운동의 7번째 원칙이 우러나온다.¹⁷⁾

16) 협동조합의 7 가지 원칙: 1 가입의 자유 (Voluntary and Open Membership) 2 민주적 관리 (Democratic Control) 3 조합원의 경제적 참여 (Member Economic Participation) 4 자율과 독립 (Autonomy and Independence) 5 교육, 훈련 및 홍보 (Education, Training and Information) 6 협동조합간 협동 (Cooperation among Cooperatives) 7 지역사회에 대한 기여 (Concern for Community)

17) KDI 관계자들이 조사를 위해 한국택시협동조합을 방문, 의아해 하며 물었던 대목이다. ‘지역사회에 대한 기여를 정해놓는다고 될법한 일이나? 가식적인 것은 아닌가?’ 이에 대한 답변은 이러했다. ‘지금 우리는 처음 가는 길을 가고 있습니다. 조합원들은 이제 주인의식을 가진 능동적 주체로 서는 새로운 변화를 겪고 있습니다. 협동조합운동을 통해 일류시민으로 성장해 가면서 지역사회에 대한 기여 및 자선을 스스로 원해서 하게 될 때가 있을 것이라고 확신합니다.’ 콧택시의 성공사례를 분석한 KDI 보고서는 연말에 나올 예정이다.

시장에서의 경쟁은 우리 사회를 건강하게 발전시키는 중요한 덕목 중 하나이다. 그 경쟁에 협동조합을 제외시킬 아무런 근거가 없다. 최근까지 시장경제를 중시하는 몇몇 경제학자들이 협동조합에 대해 실드를 치며 오해와 편견을 양산한 바 있다. 미국이나 유럽처럼 당당하게 경쟁하며 한국경제를 끌어가는 경제활동의 단위이자 CSV를 실현하는 유력한 새로운 경제모델로서 이해해주길 바란다.

※쿵택시(COOP-TAXI) 개요

1

한국택시협동조합(COOP-TAXI) 일반 개요

- 창립일자: 2015년 7월 14일
- 이 사 장: 박계동(前 국회사무총장)
- 조합원수: 188명(승무조합원 175명, 출자조합원 13명)
- 출 자 금: 2,500만원(1구좌)
- 운행차량: 76대
- 가 동 률: 85~92%(월 평균)
- 주요연혁:
 - 우선협상 대상자 지정 (2015/1/5)
 - 서기운수 인수 (2015/3/25)
 - 협동조합 전환 (2015/7/1)

2

지역조직

- 한국택시포항협동조합(이사장 김병구)
 - ▶차량: 48대 ▶출자금: 2,000만원
- 한국택시경주협동조합(이사장 이상효)
 - ▶차량: 64대 ▶출자금: 2,000만원
- 한국택시대구협동조합(이사장 백신종)
 - ▶차량: 75대 ▶출자금: 2,000만원

3

주요기관

○사회적협동조합 한국협동조합연대

-협동조합 기업설립 사업기획 및 컨설팅

▶한국택시협동조합 설립 및 운영, 연합회 건설 추진 중

-교육 및 연대사업

4

성과 및 의의

○규모를 갖춘 최초의 기업형 협동조합

○악성 일자리를 양성 일자리로 변화시킨 혁신 사례(창조경제)

○협동조합 기업에 대한 금융지원 시스템 개척

○전국적 사업화를 통한 택시운송사업의 새로운 비전 제시

○서민경제 활성화와 안정을 위한 협동조합 발전방안 수립

5

향후계획

○전국적 규모 협동조합방식 택시운송사업 추진 ▶ 연합회 건설

○일자리 창출 및 실질적인 고용증대

○연계사업 네트워크 및 생태계 구축

○TAXI ACADEMY & TAXI-LAND

●한국퀵배달협동조합

●한국청소용역협동조합

6

COOP-TAXI 사례로 본 한국협동조합운동의 과제

○조합원 출자금 대출을 위한 혁신적인 금융지원방안 수립 되어야

○신용불량, 저신용 조합원들을 위한 사회적 안전망 수립 및 가동 필요

○보험 및 공제 사업 등 발전적인 길 터 줘야

○협동조합에 대한 소위 주류 사회의 오해와 편견 발본해소 되어야

<토론3>

CSR의 대안을 찾아서

안재욱

경희대 경제학과 교수

CSR의 대안을 찾아서

안재욱 | 경희대 경제학과 교수

1. 기업의 사회적 책임은 무엇인가?

최근 기업의 경제적, 법적 의무의 차원을 넘어서 사회에 대해 책임을 다해야 한다는 주장들이 많다. 기업은 이윤만을 추구할 것이 아니라 자신의 성공을 가능하게 해준 사람들에게 어떤 보상을 해줄 의무가 있다는 것이다. 기업은 취약계층에 일자리와 사회서비스 제공, 사회적 목적을 위한 이윤의 일부 사회 환원, 예술 활동 등 '사회적으로 바람직한' 행동을 해야 한다는 것이다. 그러한 활동이 기업이 사회의 한 구성원으로서 마땅히 할 일이며 '훌륭한 시민'이 되는 것이라는 소위 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility; CSR)을 강조한다.

이윤을 추구하는 기업을 비판하며 CSR을 주장하는 기본이론은 이해관계자론(stakeholder theory)이다. 이해관계자론은 기업은 주주, 경영자, 종업원, 소비자, 지역사회, 중소기업 등과 관계를 맺는 사회의 한 조직이기 때문에 주주를 위한 일방적인 이윤 추구보다는 이해관계자의 이익을 추구해야 한다는 것이다. 다시 말하면 모든 이해관계자들의 이익을 동일하게 고려하여 이들 간에 최적의 균형을 이루는 기업 활동이 기업발전에 유리하다고 주장한다.

그러나 CSR을 주장하는 사람들은 기업의 이윤추구활동이야말로 기업의 사회적 책임이라는 것을 간과하고 있다. 기업이 이윤을 내기 위해서는 가장 비용이 적게 드는 생산방법으로 소비자를 만족시키는 제품을 만들어야 한다. 그 제품을 소비자들이 반복적으로 계속 사줄 때 기업은 계속 이윤을 얻고 시장에서 계속해서 생존할 수 있다. 이 사실을 아는 기업은 비용이 적게 드는 생산방법과 소비자를 만족시킬 수 있는 제품을 만들기 위해 끊임없이 연구 노력한다. 그것에 실패하면 기업은 자연스럽게 퇴출된다. 비용이 적게 드는 생산방법을 연구하고 노력하는

과정에서 우리의 귀중한 자원이 효율적으로 사용되고, 소비자를 만족시키는 제품이 만들어져 새로운 가치가 창조된다. 그에 따라 기술이 발전하고 경제가 양적, 질적으로 성장하며 사람들의 삶이 나아지게 된다.

또 CSR을 주장하는 사람들은 기업이 무엇인지 정확하게 이해하지 못하고 있는 것 같다. 기업은 수많은 사적 개인들 간의 계약들로 형성되어 있는 조직이다. 예를 들어 음료수 회사의 경우를 보자. 이 회사의 주식을 구입한 사람, 돈을 빌려준 사람, 과일을 생산하는 농부, 공장 근로자, 경영자, 음료수 병 디자이너, 유통업자 등 수많은 개인들이 이 회사와 계약을 맺어 생활하고 있다. 만약 이윤이 줄거나 이윤이 사라져 이 회사가 재무상 어려움을 겪거나 최악의 경우 문을 닫게 된다면 그야말로 이 회사와 이해관계를 가지고 있는 수많은 사람들이 손해를 보고 고통을 겪게 된다. 이런 측면에서 기업이 이윤을 추구하고 그 이윤을 바탕으로 계속 생존하는 것이야말로 이해관계자들을 위한 것이다. 기업의 이윤추구는 순전히 주주를 위한 것만이 아니다. 기업의 이윤추구는 주주는 물론, 기업의 사회적 책임을 강조하는 사람들이 목표로 하는 바로 그 이해관계자들을 위한 것이다.

2. CSR 활동은 자발적인 선택에 의해 행해져야 한다.

기업의 이윤추구가 반드시 CSR 활동을 배제하는 것은 아니다. 기업의 CSR 활동이 종업원의 사기를 높이고, 종업원들로 하여금 더 능동적이고 적극적으로 일에 임하도록 하여 생산성을 증가시킬 수 있다. 또 기업이 기업의 이미지를 제고하여 브랜드가치를 높이고 기업의 성장과 생존에 도움이 된다고 판단하는 CSR 활동은 장려된다. 중요한 것은 경영자가 CSR 활동을 할 때 그것이 이윤추구와 상충되지 않는지 심사숙고해야 한다는 점이다.

CSR을 주장하는 사람들은 이러한 제한된 CSR에 대해 만족하지 않고 그 이상의 CSR 활동을 요구한다. 그러나 모든 이해관계자들을 즐겁게 만족시키는 데 중점을 두는 기업은 파산할 수 있어 많은 사람들을 고

통에 빠뜨리는 ‘사회적으로 무책임한’ 결과를 초래한다. 모든 이해관계자들을 만족시켜야 한다고 주장하는 사람들은 시장의 이윤과 손실제도의 작동을 잘 이해하지 못하고 있다. 기업의 궁극적인 목표는 지속적인 생존이다. 기업이 이윤을 내기 위해 최선을 다하는 것은 이윤을 내지 못하면 생존하지 못하기 때문이다. 이러한 점에서 제3자가 기업으로 하여금 이윤을 사회에 환원하라고 강요하고 법으로 강제하는 것은 잘못이다. 이러한 점에서 CSV(Creating Shared Value)도 마찬가지다. 그것을 제3자가 강요하고 법으로 강제하는 것을 잘못이다.

이러한 점에서 CSR 활동은 어디까지나 보조적인 것이 되어야지 기업의 첫째 목표가 되어서는 안 된다. 기업의 첫째 목표는 어디까지나 소비자를 만족시키는 제품을 만드는 것이다. 그래야 이윤을 얻고 생존할 수 있기 때문이다. 앞에서 언급한 것처럼 이윤이 줄면 생존하기 어렵게 되고 그렇게 되면 관련된 많은 사람들이 어려움을 겪고 고통을 받는다.

일본의 도요타는 세계적으로 CSR 활동을 가장 많이 하는 기업 중 하나다. 그런데 몇 년 전 급발진 사고로 인해 제품에 대한 신뢰도가 무너지면서 상당한 어려움을 겪었다. 최근 삼성의 경우도 마찬가지다. 우리나라에서 가장 많은 CSR 활동을 하는 기업이 삼성이다. 그런데 최근 갤럭시7의 폭발사고로 인해 삼성 제품에 대한 신뢰도가 크게 훼손되었다. 기업에 대한 신뢰도와 브랜드 가치는 CSR을 많이 한다고 해서 생기는 것이 아니라 근본적으로는 제품의 품질에 의해 결정된다. 기업에게 강조해야 할 것은 첫 번째 목표이지 보조적인 CSR이 아니다. CSR을 주장하는 사람들은 이러한 주(primary)와 종(secondary)을 잘 구별하지 못하고 있는 것 같다.

3. 기업의 윤리경영은 중요하다.

도덕적 행위는 이윤으로 보상 받는 경향이 있다. 앞에서 언급한 것처럼 기업은 이윤을 얻어야 시장에서 생존하고 번영할 수 있는데, 그것은

기업이 생산한 제품을 소비자가 반복적으로 사줄 때 가능하다. 소비자가 바보가 아닌 이상 소비자를 기만하는 엉터리 제품을 계속 반복해서 사줄리 만무하다. 투자자 역시 마찬가지로 정직한 기업과 거래하고 싶어 한다. 투자자를 속이는 기업들에게는 두 번 다시 투자하지 않을 것이다. 기업이 엉터리 제품이 아닌 소비자를 만족시키고 정직한 운영을 하는 것이 기업의 기본적인 윤리다. 결국 오랫동안 시장에서 살아남아 존속하기 위해서는 기업은 윤리 경영을 할 수밖에 없다.

기업과 기업인, 그리고 그 종사자들은 도덕적 의무를 가져야 한다. 그 도덕적 의무란 다른 개인의 권리를 존중하고, 계약을 준수하고, 사기를 치지 않고, 다른 사람들에게 부당한 것을 강요나 강제하지 않는 것이며, 사회의 규칙을 존중하는 것이다. 이러한 점에서 기업은 자기에게 유리한 가격, 관세, 보조금과 같은 정부의 경제개입을 지지하지 않아야 한다. 그러한 것이 자신들에게 보다 높은 이윤을 낸다고 할지라도 그것은 곧 강제를 사용하는 것이고 남에게 피해를 주기 때문이다.

이러한 윤리와 도덕률로 운영하는 것이 기업에게 이익이다. 시장은 정중하고, 개방적이고 정직하며, 신뢰가 있고, 창조적이며 공정한 기업인에게 보상을 한다. 정직하지 못하고, 다른 사람과 기업을 속이며, 소비자를 기만하고, 종업원을 착취하는 기업(기업인)은 시장에서 퇴출된다.

사회적으로 가장 바람직한 것은 기업은 이윤을 추구하고, 주주는 개별적으로 자발적인 의사에 의해서 이윤으로부터 받은 배당금의 일부를, 피고용자는 노동의 대가로 받은 임금의 일부를 그리고 소비자들은 자신의 저축의 일부를 사회적 책임 활동에 기부하는 것이다.

<토론4>

**CSV 투자,
올바른 정책 지원으로
확대 유도해야**

연강흠

연세대 경제학과 교수

CSV 투자, 올바른 정책 지원으로 확대 유도해야

연강흠 | 연세대 경영대학 교수

1. CSR에 대한 사회적 요구와 기업이 선택한 CSR 활동

기업의 태생적인 사회적 책임은 투자자에 대한 책무로 기업가치를 높이는 것이다. 프리드먼 교수도 “기업의 단 한 가지 사회적 책임은 법이 정한 규칙 하에서 이익을 극대화하기 위해 자원을 효율적으로 활용하고 경영활동을 전개하는 것”이라고 했다.¹⁸⁾ 즉, 기업 본연의 임무를 수행하는 것이 사회를 위해서는 가장 바람직하다는 것이다. 기업이 설령 모든 영역에서 다 잘 한다고 하더라도 ‘비교우위론’적 논리에 의하면 기업 본연의 업무에 집중하는 것이 사회 전체를 위해서도 바람직하다.

기업은 본연의 업무 수행과정에서 소비자에게는 좋은 제품과 서비스, 협력업체나 공급업체 등 사업파트너에게는 사업기회, 종업원에게는 일자리와 복지 및 급여 제공 등으로 사회에 공헌한다. 공해방지 등 각종 규제 준수에 따른 비용을 부담하고, 이자와 배당을 지급해 위험부담 정도에 따라 여유자금을 운용할 수 있는 기회를 제공하며, 법인세 및 배당소득세를 통해 국가재정 운용에도 기여한다.

그런데 거대기업들이 시장지배력을 갖고 막대한 부를 축적하는 과정에서 환경파괴와 부의 편중 심화현상 등 기업이 사회문제를 야기하는 사태가 빈번해졌다. 기업성장의 원동력인 효율성(efficiency)과 사회 구성원 간의 형평성(equity) 간에 충돌이 잦아졌다. 기업과 기업 소유자, 경영자도 성숙된 시민의식으로 책임 있는 행동을 해야 한다는 요구가 커졌다. 정부와 국제기구도 기업에게 사회적 책임(corporate social

18) Milton Friedman, “The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits,” New York Times Magazine, September 13, 1970.

responsibility: CSR)이라는 명시적 또는 암묵적 과제를 부여하고 있다. 기업의 선택은 CSR을 수용해 그에 따른 비용을 지불할 것인가, 아니면 비난을 감수하고라도 기업 본연의 업무에 집중할 것인가이다. CSR활동의 수용과 정도는 개별 기업의 손익분석을 통한 계산과 CEO의 선행의지에 의해 결정될 것이다.

이러한 초기의 사회요구에 의한 강제적 CSR은 이후 법적·경제적 의무, 이해관계자에 대한 의무, 자선적·박애적 활동에서 경제적·관리적 활동으로서의 CSR로 발전해 간다. CSR이 기업의 일상 활동이 되어버리자 막연하게 비용으로 써버릴 것이 아니라 CSR활동의 내용을 기업에게 이익이 되도록 하자는 전략적 CSR 단계까지 이르렀다. 기업홍보형, 구매유도형, 고객참여형 CSR활동 등이 여기에 해당하며 주로 기업의 마케팅활동에 CSR을 접목시키는 형태이다.

전략적 CSR(Corporate Social Responsibility)활동은 사회적으로 기여도 하고 기업의 이익 추구와도 연결되어 있어 공유가치창출(CSV: Creating Shared Value) 개념과 유사한 면이 있다. 그러나 앞의 “CS”라는 단어가 같다고 두 개념을 동일한 잣대를 적용하면 CSV의 근본적인 의미와 취지를 놓칠 수 있다.

2. CSV의 도입배경과 CSR과의 차별화

CSV 개념이 도입된 것은 CSR활동이 본질적으로 안고 있는 한계 때문이다. 기업 이윤의 극대화 측면에서 CSR 활동은 지출예산의 일부로 인식되어 매출규모 및 예산 규모에 따라 활동상의 제약을 받는다. CSR은 일회성이고 이벤트성이 강한 관계로 지속가능하지 않아 기업의 일상적인 업무와 연결시키지 못한다. 지속가능하지 않은 관계로 한 번의 실수로 그 동안 거둔 CSR 성과를 일시에 잃을 수도 있다. 그렇다고 이러한 CSR 실패사례를 CSV의 실패사례로 보아서는 안 된다.

CSV라는 용어가 포터 교수에 의해 HBR에 처음 소개된 것은 5년 전

인 2011년이다. “How to Fix the Capitalism?”이라는 논문을 통해 자본주의로부터 파생된 여러 사회적 문제들을 인식하고, 수용하며, 성장의 기회로 삼아 해결하는 방법으로 CSR과 기업가치 창출을 동시에 달성할 것을 강조해 CSV라는 용어로 개념을 제안했다.

최근에 보다 구체화된 CSV 개념은 기업이 “사회적 문제해결”을 통해서(through) “비즈니스적 가치와 기회를 창출”하는 것으로 정의하고 있다.

<표> CSR과 CSV의 차이

CSR	항목	CSV
선행·자선 & 박애	가치	투자비용 대비 사회적·경제적 혜택
사회적 비용	인식	전략적 투자
시민의식, 자선활동	활동	사회와 기업의 공동가치 창출
재량적이고 외부압력에 반응	성격	경쟁에 필수적
이익 극대화와 분리	이익	이익 극대화에 필수적
외부 보고와 개인 선호도가 결정	내용	회사에 따라 다르며 내부에서 창출
예산의 효과적 사용	목적	사회적 가치 향상을 통한 기업가치 향상
예산의 효과적 사용 방법 개발	업무	공동가치 창출을 위한 사업 개발
부분적 개선 (또는 가치의 이전)에 의한 부가가치 확보	가치창출	근본적 개선에 의한 새로운 가치 창출
CSR 예산 (지출예산)	예산	투자비 예산 (자본예산)
단기적·중기적 성과 지향	성과기간	장기적 성과 지향
예산규모에 따른 제한	한계	CSV 활동에 대한 낮은 인식 수준
공정무역	사례	조달시스템 자체를 혁신해 품질을 개선하고 생산량을 증대

자료: Michael Porter, “The Role of Business in Society: Creating Shared Value” 등을 정리(동아비즈니스 포럼 2011, 재인용)

CSV로 분류되기 위한 기준은 단순히 사회에 이로운 것이나 일시적인 치유가 아니라 ‘사회문제’를 근본적으로 해결하고 이를 통해서 (through) 기업 가치를 만들어내야 한다. 첫째 사회문제를 발굴해야 한다. ‘사회문제’란 사회에서 구성원들에게 해로운 영향을 미치며 처방이 필요하다고 인지되는 사회적 조건이다.¹⁹⁾ 둘째, 사회적 문제를 해결하기 위한 핵심역량을 기업이 보유하고 있는지를 확인해야 한다. 즉, 기업마다 다른 기업과 차별화할 수 있는 성공요인을 찾아야 한다.²⁰⁾ 셋째, CSV로 기업가치를 창출하는가를 검토해야 한다. 기업가치를 창출하지 못하는 사업은 민간회사가 할 일이 아니라 공기업이나 사회적기업, 비영리단체 그리고 국가가 할 일이다.

3. 가치경영을 기본으로 하는 CSV 활동

기업활동에서 CSR은 영업활동으로 연간 지출예산에서 지출계획에 의해 집행하며 손익계산서 상에 비용으로 처리되어 당기손익에 영향을 준다. 반면에 CSV는 기본적으로 가치창출을 위한 투자활동으로 자본예산에 의해 편성되며 재무상태표에 자산으로 표기되어 미래 현금흐름에 영향을 준다. 본질적으로 CSV는 단기이익에 매달리지 않고 긴 안목으로 사회적 문제를 해결하면서 기업 본연의 목적인 가치경영을 추구할 수 있는 지속가능한 경영모델이다.

CSV의 가장 큰 특징인 자본예산은 장기 투자에 대한 종합계획으로 운전자본과 고정자본을 투자해 기업가치를 극대화하기 위한 효율적 투자결정 및 자금조달 계획을 포함한다. 자본예산은 잠재적 프로젝트를 분석해 대규모 지출을 수반하고, 일단 결정하면 되돌리기가 어렵거나 불가능하며, 기업의 전략적 방향을 제시한다. CSV는 중장기적 투자이

19) CSV가 아닌 예를 들면 비즈니스 활동을 통해 사회에 기여하는 단순한 의류제품 생산이나 주택건설 등이다. 바디샵(Body Shop) 설립자인 아니타 로딕(Anita Roddick)은 기업가인 동시에 사회사업가로 타 기업의 모범이 되는 많은 사례를 보였으나 기업활동이 사회의 요구에 기반을 두었다기보다는 설립자의 이상에 기반을 두어 행해진 관계로 CSV라고 할 수 없다.

20) Porter교수는 공유가치 창출을 위한 구체적인 실행방안으로 세 가지를 제시했다. 첫째, 제품과 시장의 재구성으로 저소득층, 빈곤층 등 과거에 간과했던 시장 및 고객 니즈에 대한 새로운 접근이다. 둘째, 구매조달 프로세스, 에너지 사용 및 물류 등 가치사슬의 세부영역에서 비효율을 발생시키는 사회문제를 해결해 생산성을 증대하는 것이다. 셋째는 기업을 둘러싼 파트너들의 중요성을 새롭게 인식하고 재정립함으로써 협력업체의 성공과 기업의 성공을 연계하는 지역 클러스터의 개발이다.

기에 계획단계에서 예상했던 것과는 달리 통제할 수 없는 이유로 실패할 수도 있다. 사전적으로 맞게 방향을 설정하고 집행하였다면 사후적인 결과로만 CSV의 성과를 평가해서는 안 된다.

기업투자의 기본적인 원칙은 기업가치 창출이다. 투자도 기업가치를 창출하면 하고, 기업가치를 파괴하면 하지 말아야 한다. 그러나 기업투자에는 위험이 따르기 마련이므로 사전적으로 위험에 대한 보상 이상의 현금흐름이 예상되면 가치가 있는 투자라고 할 수 있다. 그러나 위험의 속성상 사후적으로는 나쁜 결과가 나올 수 있다. 그렇다고 투자결정이 잘못된 것은 아니다. 이것이 바로 CSV 활동의 실행과 평가가 어려운 이유이다. CSV는 어느 기업이나 쉽게 할 수 있는 것은 아니며 기업이 보유한 핵심역량을 최대한 활용해 신사업을 발굴하는 고도의 경영행위가 요구된다. 어느 기업이나 비용 감수만 하면 쉽게 할 수 있으며 CEO의 개인 취향이 반영되는 경우도 허다한 CSR과는 근본적인 차이가 있다.

CSV 개념 자체가 전혀 새로운 것은 아니다. 주식회사의 속성상 가치경영이 기업의 목표가 되어야 함은 당연하다. 사회가치를 파괴하면서 기업가치를 창출하는 것은 현실적으로 어렵다. 사회적 가치를 파괴하는 사업을 한다면 단기적으로는 이익을 볼지 모르지만 소비자와 사회의 반감이 현금흐름에 악영향을 주고 종국에는 기업가치를 파괴할 것이다. 따라서 기업 본연의 목표는 변함없이 '가치경영'이다. 다만, CSV를 통해 사회문제를 구체화하고 그 해결에 초점을 맞추어 사업을 발굴한다면 기업의 사회적 책임이라는 사회의 요구도 동시에 만족시킬 수 있어 기업의 임무와 목적과는 분리된 CSR에 역량을 분산하지 않아도 될 것이다.

4. CSV 활동에 대한 정책적 지원과 환경 조성

기업이 단편적인 CSR활동보다는 기업 본연의 임무수행으로 사회에 기여하는 한편 사회문제 현안을 동시에 해결한다면 국가 및 사회 차원

에서도 바람직한 일이다. 따라서 국가는 정책적으로 기업의 CSV 활동을 장려하고 지원해 줄 필요가 있다. 우선 CSV 활동에 걸림돌이 될 수 있는 각종 규제를 정비하고 불필요한 규제는 완화 또는 철폐해야 한다. 고용창출투자에 적용하는 고용창출투자세액공제와 같이 CSV 투자도 고용창출만큼 사회에 기여하는 바가 크므로 CSV 투자에 대한 세제혜택을 적극 검토해 도입해야 한다.

CSV 투자에 대한 지원이 적절히 이루어지기 위해서는 CSV 충족 요건과 성과측정 도구가 마련되어야 한다. 무엇보다 CSV에 대한 명확한 정의와 이해가 선행되어야 하며, 객관화할 수 있는 지표들도 개발해야 한다. CSV는 여러 측면에서 CSR과는 다른 고도의 전문성이 요구된다.

CSV는 기업창출과 사회적 기여를 동시에 달성하려는 기업의 자발적인 선택이다. CSV를 장려하기 위한 가이드라인을 제공하고 지식을 공유하게 할 수는 있지만 정부가 지나치게 개입하거나 인위적으로 유도하면 자칫 CSV의 의미를 퇴색시킬 수 있다. CSV의 성공여부는 개별 기업이 다른 기업들과 차별화할 수 있는 보유 역량의 활용에 달려 있다. 정부가 하나의 잣대로 CSV를 선도하고 평가하려는 순간 기업이 CSV를 통해 발휘할 수 있는 능력은 사라지고 만다. 설부른 CSR의 마인드로 CSV를 강제하고 왜곡시키면 또 하나의 사회적 압력이 될 수 있음을 간과해서는 안 된다.

<토론5>

CSR의 대안을 말하다

김동우

SK텔레콤 CSV추진팀 부장

CSR의 대안을 말하다

김동우 | SK텔레콤 CSV추진팀 부장

발제논문은 CSR의 범위를 대기업, 중소기업과 산업분야별로 구분하여 경제, 법, 윤리, 자선의 네 가지 영역 중 우선순위를 두어야 할 분야를 제시했다는 측면에서 의미있는 시도라고 본다. 앞으로 보다 많은 토의와 연구를 통해 내용을 더 정교화한다면 기업의 CSR, CSV를 활성화하는데 큰 기여를 할 것으로 기대한다.

SK텔레콤의 CSV활동

CSR은 사회공헌 개념뿐 아니라 지배구조, 인권, 노동관행, 환경, 공정거래, 소비자이슈 등을 포괄하는 광범위한 개념이다. CSR 중 사회공헌 분야는 이익의 사회환원 성격으로 볼 수 있다. 그런데 이는 그 규모와 방식 지원분야에 대해 S/H마다 다양한 의견이 존재해 선택과 집중을 하기가 쉽지 않고 기업 경영이 악화될 경우 규모 축소나 중단에 대한 압력을 받게 되며 기업이 가지고 있는 R&C와 직접 연계하여 성과를 내기가 쉽지 않은 문제를 안고 있다.

이러한 문제의식을 기반으로 SK텔레콤은 2012년부터 CSV조직을 만들고 CSV 프로그램을 운영하고 있다. CSV는 기업의 사회적 책임 중에서 사회공헌활동이나 환경문제 등 사회적 이슈를 해결하면서 경제적 가치도 창출하겠다는 개념이다.

대표 프로그램으로 벤처 창업 및 육성 지원 프로그램인 '브라보 리스타트'가 있다. 이전과 같은 방식의 창업지원이었다면 창업자에게 재정 지원을 한번 하거나, 교육을 하고 끝났을 것이다. 하지만 창업 분야에 근본적인 해결책을 제시하고, 이를 통해 경제적 가치를 만들어 보자

는 CSV적 관점에서 접근했다. 이를 바탕으로 자금 지원은 물론 내·외부 전문가들의 일대일 멘토링, 기술지원, 마케팅 등 사업별로 필요한 창업전반에 걸친 체계적이고 차별화된 맞춤형 지원 프로그램을 제공하고 있다. 다수의 사업 아이템 추진 과정에 직접 참여해 공동 기술 개발 및 사업화를 추진하는 등 사업 성공을 위한 다각도의 지원을 시행하고 있다.

대표적인 회사가 크레모텍이다. 크레모텍은 ‘브라보 리스타트’ 1기에 참여한 업체다. SK텔레콤은 크레모텍의 제품개발을 위해 9건의 특허를 무상 제공했으며 창업지원금, 공동개발 연구실 등을 지원했고 최근 2년 동안 25억 8천만원의 지분투자도 진행했다. 라스베이거스 가전박람회 CES 2015에도 같이 참여했다.

결국 크레모텍과 SK텔레콤은 세계 최초로 레이저 광원에 기반한 ‘UO스마트빔 레이저’를 공동 개발하였고 지난 9월 미국 유통기업인 KDC와 1천만 달러(약 110억원) 규모의 납품계약을 맺는 성과를 창출했다. 이는 새로운 성장 동력을 찾기 위해 외부 벤처들과 Open Innovation을 적극적으로 실시하고자 하는 회사의 전략 방향과도 일치하는 프로그램을 대기업과 벤처기업이 협업을 통해 글로벌 시장으로 진출할 수 있음을 보여준 사례라 할 수 있다.

브라보 리스타트를 통해 벤처기업은 금융, 기술, 공동사업화 기회를 확보해 ‘데스밸리’를 극복하고 Scale up할 수 있는 동력을 얻게 되며, 사회 전반으로는 ICT 산업발전 및 국가경제의 건전한 생태계 조성에도 지속적으로 기여할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

글로벌 CSV 동향과 나아갈 방향

최근 글로벌 선진기업들은 글로벌 경쟁환경 아래 시장의 급격한 변

화에 말려들지 않고 시장을 창조하고 리드하기 위한 이노베이션 활동으로 CSV를 추진하고 있다. GE, 월마트, 네슬레 등의 글로벌 기업은 소비자에게 제품의 기능이나 품질, 가격을 소구하면서 적극적인 CSV활동을 병행하고 있다.

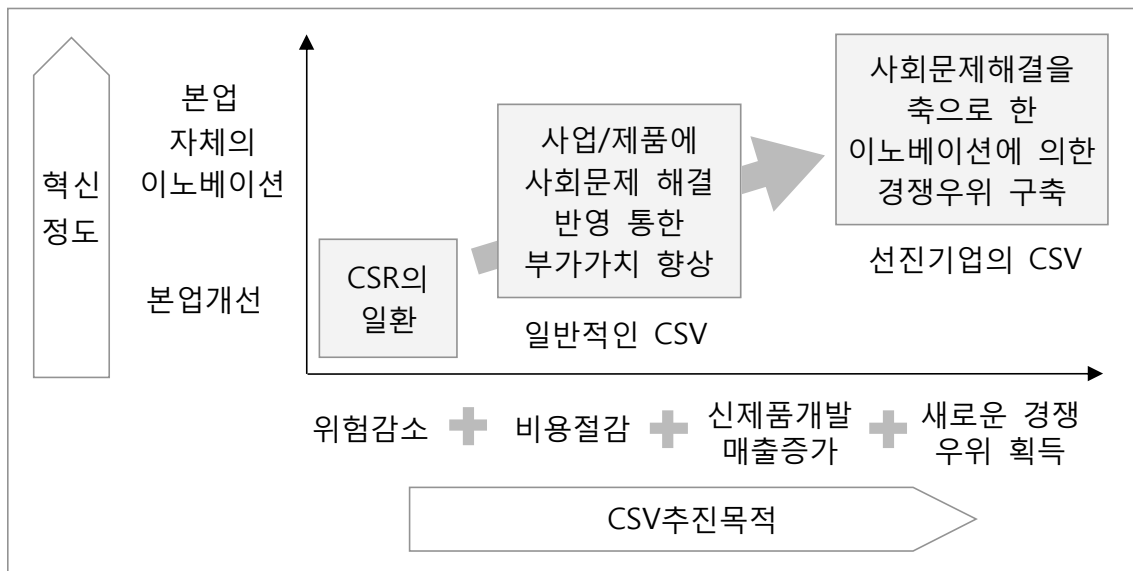
이들 기업들은 먼저 제품의 보급을 통해서 사회문제를 해결한다는 대의명분을 내세우고 이를 통해 고객뿐 아니라 정부기관, NGO 등 사회를 구성하는 다양한 참여자들을 결속시키고, 사회문제를 해결하기 위한 혁신적 사업모델이나 룰을 제창하고 새로운 사회질서를 구축하는 일에 도전한다.

예를 들면, GE의 제프리 이멜트 회장은 2005년에 에코매지네이션을 처음 도입하고 'Green(환경) is Green(돈)'이라는 키워드를 제시했다. 초기에는 사내 외의 많은 비판에 직면했지만 확고한 신념과 목표의식을 바탕으로 환경 분야 신규사업에 지속적으로 투자하고 유관기업, NGO들과 '미국 기후환경행동 파트너십(USCAP)'이라는 NGO를 결성하여 환경 관련 신질서를 만들어내는 노력을 통해 환경 분야 사업 매출이 2004년 100억 달러에서 2011년 210억 달러로 증가하는 성과를 거두었다.

여기서 주목해야 할 점은 GE가 환경문제 해결이라는 대의명분 아래 모인 다른 참여자와 더불어 새로운 사회질서 창조를 이끌어 냈다는 것이다. 이러한 방식이 바로 '경쟁우위 원천으로서의 CSV'이며 글로벌 시장에서 지속적인 우위를 계속 만들어가기 위한 새로운 경쟁 모델이라고 할 수 있다.

환경 자체가 사업인 전기자동차업체 테슬라의 경우는 보다 혁신적인 CSV를 통해 경쟁우위를 확보한 예라 할 수 있다. 최근 흑자로 전환하여 Biz로서의 성공가능성을 증명해 주고 있으며, 혁신 에너지 기업이라는 명확한 Identity를 기반으로 태양광 업체와의 합병 추진을 통해 친환경 에너지 Value chain 구축을 위해 노력하고 있다.

앞서 소개한 CSV의 발전방향을 도표화 해보면 아래와 같다.



*출처 : CSV Innovation - 후지이 다케시

위의 도표와 같이 사회문제 해결 방안을 사업, 제품에 반영하고 이를 통해 상품의 경쟁력이나 기업 브랜드의 부가가치 향상을 추구하는 방식이 일반적인 CSV 활동이다. 앞으로는 여기서 한 단계 더 나아가 CSV를 글로벌 경쟁환경에서 시장창출을 위한 이노베이션 활동으로 인식하고 기존 사업에 큰 영향을 미치거나 혹은 기존 사업을 대체할 정도의 대규모 신사업을 창조하는 수준으로 추진하는 접근방식이 필요하다.

‘브라보 리스타트’ 같은 프로그램은 벤처의 성장 지원은 물론 회사 Biz에도 도움이 되기에 경영상 어려움이 생겨도 지속성을 확보할 수 있다. 오히려 어려움을 극복하고 새로운 성장동력을 찾는 방법으로 더 적극적으로 활용할 수도 있다. **SK텔레콤은 앞으로도 혁신가들이 실패를 두려워하지 않고 창업에 도전하고 벤처들의 성공 가능성을 높이는 사회적 환경을 만드는데 일조하고자 한다.**

앞으로 우리나라에서도 많은 기업들이 CSV에 대한 더 많은 관심과 도전을 통해 글로벌 경쟁환경에서 기업의 본질적인 경쟁력을 강화하는 단계에 까지 이를 수 있기를 기대해 본다.

MEMO

MEMO

MEMO