

제6장

기업의 사회적 책임과 기업윤리

제 1 절 기업의 사회적 책임(CSR)

1. 기업의 사회적 책임의 의미

▷ 주어진 특정 시점에서 기업이 사회에 사회의 대한 경제적 · 법률적 의무를 포함하여 사회로부터 정당성을 인정 받을 수 있는 기업 활동으로서의 사회전반에 대한 책임

- ① 경제적 책임: 기업의 사회적 책임 중 제1의 책임이며, 기업은 사회의 기본적인 경제단위로서 재화와 서비스를 생산할 책임을 지고 있다.
- ② 법적 책임: 사회는 기업이 법적 요구사항의 구조 내에서 경제적 임무를 수행할 것을 요구한다는 것을 말한다.
- ③ 윤리적 책임: 법으로 규정하지는 못하나 기업에게 사회의 구성원으로서 기대하는 행동과 활동을 말한다.
- ④ 자선적 책임: 기업에 대해서 명백한 메시지를 갖고 있지 않으나 기업의 개별적 판단이나 선택에 맡겨져 있는 책임으로서 사회적 기부행위, 약물남용 방지 프로그램, 보육시설 운영과 같은 자발적 영역에 속하는 활동을 말한다.

< 사회적 책임의 분류 >

법적 · 윤리적 책임

경제적 책임

자선적 책임

윤리경영

이윤 극대화

사회공헌활동

(최소)

(기본)

(최대)

2. 사회적 책임의 구체적 내용

❖ 기업의 유지·발전에 대한 책임

- 첫째, 사회에 대한 경제적 책임을 다해야 한다.
- 둘째, 기업의 적정한 이익을 유지해야 한다.
- 셋째, 자유기업제도, 시장경제체제, 민주적 정치체제를 유지·발전시킬 책임
- 넷째, 기업경영을 담당할 적절한 후계자를 양성 시켜야 한다.

❖ 이해관계자의 이해조정 책임

<주요 이해관계자들에 대한 기업의 사회적 책임의 내용>

이해관계자	사회적 책임의 내용
주주	주주의 부의 증대, 재무상태의 개선
원재료 공급업자	공정한 대우
금융기관	부채상환
정부기관	법률 준수
종업원 및 노동조합	안전한 작업환경 제공, 복지향상, 노조와의 공정한 협상
소비자	안전한 제품 제공, 품질향상
경쟁기업	공정한 경쟁
지역사회	환경보호, 지역사회 복지향상

❖ 사회적 기능에 대한 책임

▷ 기업의 목표달성 과정에서 종업원 각자가 인간적인 가치를 발휘할 수 있는 삶의 장이 되게 하고, 인간적 및 사회적 만족을 얻게 함으로써 종업원이 자발적으로 협력하도록 기업 내에 적절한 사회관계와 인간관계를 유지하는 것

❖ 생활환경에 대한 책임

- ▶ 기업은 환경오염의 주 원천으로서 사회로부터 많은 비판을 받고 있다.
- ▶ 사회환경을 보호한다는 것은 산업화, 도시화, 과학화를 통해 발생하는 환경오염이 인간에게 주는 신체적 · 정신적 · 물질적 피해를 방지하고 시정하며, 인간을 환경오염의 불안으로부터 보호하는 것을 말한다.

❖ 지역사회 발전과 복지향상에 대한 책임

▷ 지역사회사업은 기업의 고유한 책임이라기보다는 재량권에 속하는 것으로 기업의 사회의식성의 표현이며 사회복지 향상에 대한 관심도를 나타낸다. 이는 기업과 지역 사회간의 우호적인 관계 형성과 기업의 장기적 발전에도 도움이 된다.

3. 사회적 책임에 관한 국제표준

- 국제표준기구(ISO)에서 ISO26000 을 2010년 11월에 발표
- ISO26000은 사회의 지속가능한 발전을 목표로 하는 모든 조직에 적용되어야 하는 사회적 책임의 국제표준(실천가이던스)
- ISO26000상의 사회적 책임에 관한 개념:
 - ◆ 투명하고 윤리적인 행동에 준한 조직의 의사결정 및 활동이 사회·환경에 미치는 영향에 대한 책임
 - ✓ 건강 및 복지를 포함하여 사회의 지속가능한 발전에 기여
 - ✓ 이해관계자의 기대 고려
 - ✓ 적용 가능한 법 준수 및 국제행동규범과 일관성 유지
 - ✓ 조직 전반에서 사회적 책임 이슈의 관계 생활화
- 7개 핵심주제에 대한 실행지침을 가이드언스 형식으로 규정- 권고형식으로 기술

ISO26000의 7개 핵심주제와 주요 내용

핵심주제	주요 내용
조직 지배구조	의사결정 과정의 투명성, 각 이해관계자들의 고른 참여 여성-소수인종 등 소외 받기 쉬운 주체들의 참여 보장 등.
인권	노동자와 소비자들의 기본적인 인권 존중, 표현의 자유 보장, 아동 노 동력 착취 금지 등
노동관행	국제노동기구(ILO) 기준 준수, 안정적인 고용관계, 직장 내 안전 및 보건 관리 등
환경	오염물질, 탄소배출 감축, 내부고발자에 대한 보호, 공정한 경쟁, 재산 권 보호 등
공정운영 관행	부패에 대한 감시, 내부고발자에 대한 보호, 공정한 경쟁, 재산권 보호 등
소비자 이슈	소비자 보건 및 안전관리, 공정한 마케팅, 왜곡되지 않은 정보제공, 위 조나 표절 금지, 리콜 보장, 가격 구성정보 공개 등.
지역사회 참여와 발전	지역공동체에 참여, 고용창출, 책임 있는 투자, 조세 의무 준수 등.

제2절 기업윤리

1. 기업윤리의 개념

➤ 윤리란?

- 생각, 말, 태도 및 행위의 옳고 그름, 선악 또는 도덕적인 것과 비도덕적인 것을 구분시켜 주는 원칙이나 가치판단기준의 체계
- 사회생활에서 사람과 사람 사이의 관계를 규제하는 규범의 총체
- 사회생활을 올바르게 영위할 수 있도록 질서를 확립해 주는 것
- 사람답게 살기 위해 마땅히 행하거나 지켜야 할 도리
- 인간사회의 가장 기본적인 규범

➤ 기업윤리(business ethics)란?

- 기업이 사회의 한 조직으로서의 마땅히 지켜야 할 도리
- 기업경영에서 구성원들의 의사결정이나 행동 또는 태도에 관한 도의적 가치로서 그들의 의사결정이나 행동 또는 옳고 그름을 판별하는 규범
- 일반적 윤리규범과 같이 기업경영이라는 특수한 상황에 적용될 수 있는 실용적 특성을 갖춘 것

2. 기업윤리의 대두배경과 사회적 중요성

(1) 기업윤리의 대두배경

기업윤리는 미국에서 제일 먼저 논의되기 시작

- 첫째, 기업에 대한 일반 대중들의 높은 기대
 - 전통적으로 미국사회의 기업에 대한 사회적 의무에 대한 관심 높음.
 - 경제발전의 주체는 기업이라는 믿음
- 둘째, 기업경영자들의 기독교적 윤리 또는 청교도적 윤리의 자발적 준수 성향

2. 기업윤리의 대두배경과 사회적 중요성

(1) 기업윤리의 대두배경

< 기업의 비윤리적 행동의 동기 >

발생이유	윤리문제의 특성	접근방법	지배적 사고
개인의 이득과 이기적 관심	이기적 관심과 이타적 관심	이기적 사고	자기우선적
이득을 위한 기업간의 치열한 경쟁	기업의 이익과 타기업의 이익	생존적 사고	상대보다 우위선점
기업목표와 개인가치의 상충	경영자의 관심과 종업원의 가치	권위적 사고	명령과 복종의 논리
문화적 상충	기업의 관심과 다양한 문화의 전통 및 가치관	자국중심적 사고	옳고 그름의 상이한 기준

❖ 개인의 이득과 이기적 관점

- 윤리적 이기주의자들은 다른 사람들이 수용하는 윤리적 가치를 거부
- 이타주의적 행동을 비합리적인 것으로 간주

❖ 이득을 위한 기업 간의 치열한 경쟁

- 경쟁관계 속에서 최소한 자신의 이익을 확보하기 위한 비윤리적 경쟁

❖ 기업의 목표와 개인가치의 상충

- 윤리적 갈등은 조직의 가치와 개인의 가치가 상충 될 때 자주 발생
- 수용과 저항 속에서 갈등

❖ 문화적 상충

- 윤리문제는 국가 간의 법적 · 문화적 규범의 상충 상황에서 발생.

(2) 기업윤리의 사회적 중요성

- 기업이 **사회적 정당성**을 획득하는 기반
 - 사회속에서 기업이 옳은 일을 할 수 있는 행위기준
- 기업윤리의 준수를 통해 장기적인 면에서의 **질적인 경영성과 혹은 조직 유효성의 증대**를 기대할 수 있음
 - 이해관계자와 우호적 관계 형성으로 경영활동의 원활화
 - 기업구성원의 기업에 대한 긍지와 애착심 형성
- 조직 구성원들의 **행동규범의 제시**와 인간 또는 시민으로서의 구성원의 **윤리적 성취감을 충족**
 - 기업구성원의 윤리적 결정과 행동은 선량한 시민으로서의 자아상 형성

3. 윤리적 사고의 3가지 유형

< 윤리적 행위판단의 기준 >

방법	중요한 결정요인	행위의 윤리성	한계
실용차원 (utilitarian)	이득과 비용비교 (benefits/costs)	순이익 > 순비용	인간 및 사회비용 측정 곤란
권리차원 (rights)	권리의 존중 (respecting rights)	인간의 기본권리의 존중	권리에 대한 정의 가 상충
정의차원 (justice)	공정한 분배 (fair shares)	이익과 비용의 공 정한 분배	공정성 판단 불일치

4. 기업윤리의 제고방안

- ▶ **최고경영자의 윤리의식 제고**: CEO의 도덕성, 경영철학, 윤리적 사고는 조직의 윤리수준 결정의 중요요소
- ▶ **윤리적 기업문화의 형성**: 모든 구성원이 공감할 수 있는 가치기준이나 행동규범을 정립하고 윤리성 높은 기업문화 조성이 중요→조직구성의 행동과 의사결정에 영향을 미친다
- ▶ **평가시스템의 개선**: 구성원의 평가시스템에 윤리에 관한 항목의 비중을 높이고 적절한 보상시스템 필요
- ▶ **종업원의 윤리의식 제고**: 기업전체의 윤리수준을 향상시키기 위하여 종업원의 책임의식과 직업윤리의식을 제고(기업의 대내적 대외적 윤리성에 영향을 미침)
- ▶ **기업윤리헌장 및 기업윤리강령의 제정**

< 기업윤리강령의 구성 및 내용 >

구 성		주요 내용
전 문		강령제정의 이유, 준수임무
본 문	기본정신	선한 기업, 가치창조, 기업시민
	고 객	고객은 기업이 존재하는 이유, 성실, 신의, 만족
	종업원	종업원은 기업의 자산, 종업원의 권리, 의무
	주 주	정당한 투자수익 보호, 공평, 평등
	지역사회	지역사회와의 공생, 선량한 기업시민
	경쟁자	공정경쟁, 공평한 대우
	임 원	임직원의 명예는 회사의 명예임, 개인보다 회사이익 우선
	정 부	법규준수, 책무수행, 성실보고
	정 치	정치 불간섭, 투명한 관계유지
	지구환경	환경친화, 환경과의 공생관계
	국제차원	국제적 기업시민, 평등, 공평대우
	처 벌	윤리성 판단기준, 고발의무, 개인의 책임, 처벌