

기업의 사회적 책임시대에 있어 한전의 과제

정 환삼, 윤 성원
한국원자력연구소

Social Responsibility Issues Facing KEPCO in the Era of CSR

CHUNG, Whan-Sam, YUN, Sung-Won
Korea Atomic Energy Research Institute(KAERI)

요 약

최근 기업경영 환경에는 다양한 이해관계자의 등장과 인터넷의 발달에 따른 무책임한 악성루머 정보 유포 가능성의 대두로 객관적 기업평가의 중요성이 더욱 높아지고 있다. 이에 따라 최근에는 다양한 기업평가 방식이 개발·적용되고 있다. 이중 가장 두드러지는 것이 기업의 환경경영 능력과 이를 근간으로 하는 지속가능성 혹은 기업의 사회적 책임경영의 등장이다. 이 논문은 한전의 지속가능성을 위해 중요한 것으로 여겨지는 기업의 사회적 책임을 통한 기업평가 방식에 대해 살펴보고, 이 측면에서 한전의 기업가치를 극대화하기 위한 장기·단기 과제를 도출해 보기로 한다.

SUMMARY

Concerning the circumstance of corporate management, which is the appearance of various stakeholder and the possibility of widespread in irresponsible rumours, the objective rating a company in more highly emphasized in these time. According to the situation, various measures are being suggested. One of those efforts, environmental, sustainable, or corporate social responsible(CSR) aspects, which are based on the environmental risk reduction capability are regarded as an important component. In this study, we reviewed the CSR, which is most important survival factor to the KEPCO's sustainability and some issues are suggested to maximize the KEPCO's corporate value.

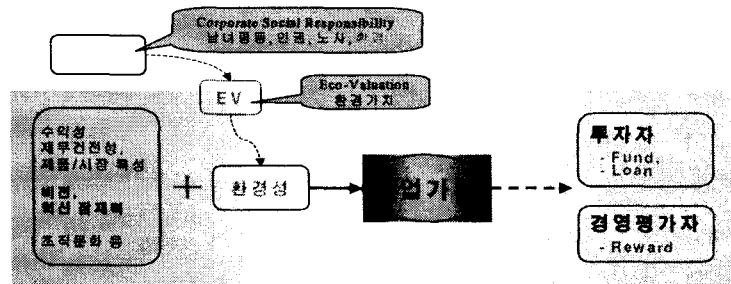
1. 기업의 사회적 책임과 기업가치의 연계 동향

최근 들어 거대기업이 등장하면서 기업의 사회적 영향이 보다 막대해 지고 있다. 이로 인해 기업에는 두 가지 새로운 관점의 경영 혹은 리스크 관리 노력이 필요하게 되었다. 그 중 하나는 거대 다국적 기업들이 등장하면서 그들의 경영활동과 생산된 제품에 대한 자발적 환경영향의 책임을 져야하고 보고 이를 평가하기 시작했다는 것과 다른 하나는 주주나 관련 정부뿐만 아니라 NGO나 지역주민 등 다양한 이해관계자들이 자기들의 목소리를 내기 시작했다는 것이다.

가. 기업평가 방식의 다원화

1) 환경주의 평가 방식의 대두

1990년대 이전의 기업평가는 <그림-1>에서 보이는 바와 같이 수익성과 재무건전성과 같은 재무적 측면이 주류를 이루었고 간혹 여기에 더하여 기업의 비전, 성장 잠재력, 그리고 조직문화를 평가에 포함시키기도 하였다.

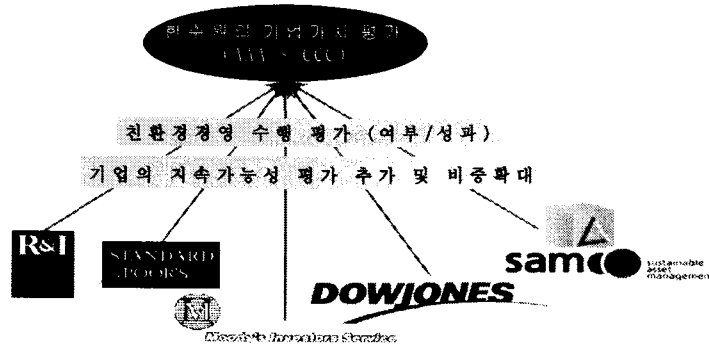


<그림-1> 환경주의 평가 방식의 대두

그러나 최근에는 다국적 기업이 등장하면서 거대해진 기업에 대해 사회에서는 포괄적 환경책임을 묻게 되었다. 여기에는 기업의 환경관리 노력은 물론이고 미래의 환경위험 회피능력과 환경의 전략적 활용가능성 등 매우 폭넓은 개념들이 포함된다.

환경측면에서 보면 이러한 경향은 그 동안의 가내 수공업들에 비해 환경관리 실패시 미치는 영향범주는 그 지역사회를 넘어 때로는 국가 전체 혹은 국가의 경계를 넘는 지역에까지 영향을 미치게 된다는 점에서 매우 중요한 요소이다. 이는 인도 보팔의 유니온카바이드사의 가스 누출사고나 북미에서 있는 엑슨사의 유조선 발데츠호 기름누출 사건에서 보는 바와 같이 기업의 지속가능성에 치명적 영향을 미친다.

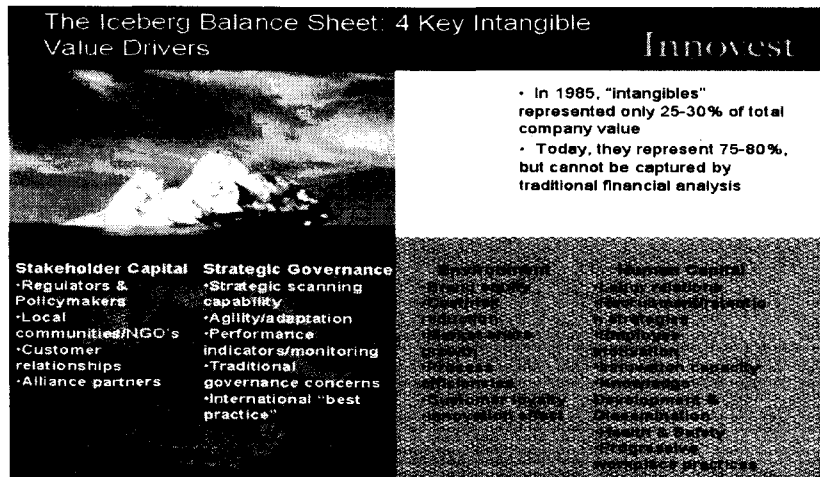
이러한 경향에 따라 최근에는 기업평가에 있어 환경가치에 대한 평가를 추가하고 있다. 예를 들어 <그림-2>에서 보이는 바와 같이 미국의 Innovest사와 독일의 SAM사는 기업의 환경가치를 전문적으로 평가하는 회사이며, 우리가 익히 들어 알고 있는 다우존스, S&P, 무디스 등에서도 전체 기업가치 평가에서 환경가치 평가 비중을 10% 이상씩 두고 있는 등 그 비중은 점차 중요해 지고 있다.1)



<그림-2> 기업평가에 있어 환경측면 평가 방식

2) 수면아래 감추어진 기업의 비밀 :

더욱이 환경을 근간으로 하는 지속가능성 측면을 보면 미국의 Innovest사의 경우 기업의 가치를 <그림-3>에서 보이는 바와 같이 커다란 빙산에 비유해 설명하고 있다.



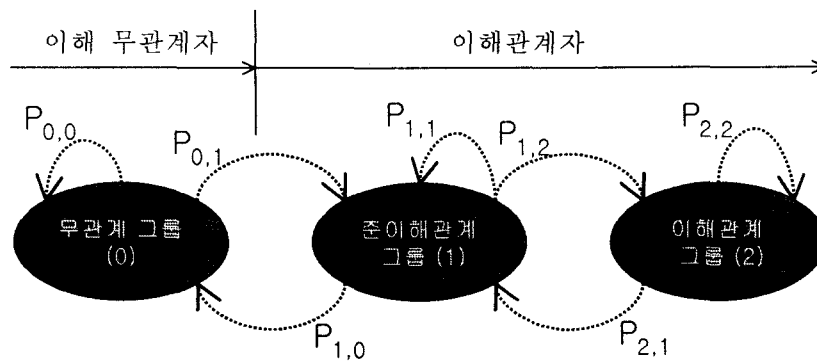
<그림-3> 기업가치 평가요소(Innovest사의 경우)

1) 이들 업체의 평가를 근간으로 금융기관들은 대출심사가 이루어지고, 투자기관들은 포트폴리오를 조정하게 된다.

이 기업의 기준을 보면 기업의 재무적 성과를 통해 평가하는 기존의 방식은 빙산의 드러난 부분을 보는 것에 그친다고 보고, 빙산의 감추어진 부분까지 보려고 해야 기업의 감추어진 부분에 대한 평가가 이루어질 수 있다고 한다. 여기에는 크게 기업이 갖고 있는 인적자산, 지배구조 건전성, 이해관계자, 환경 등이 포함된다.

나. 다양한 이해관계자의 등장

다음으로 중요한 경향은 정보통신 기술과 교통의 발달로 인해 정보의 유통이 빨라진 현대에서의 기업경영에는 예전에 비할 수 없게 다양한 이해관계자들이 생겨나고 있다는 것이다. 이를 동적으로 표현하면 <그림-4>와 같으며 여기에서 특이한 점은 기업의 이해관계자 그룹으로 편입될 가능성이 이해 무관계자로 이탈할 가능성보다 월등 높기 때문에 기업의 입장에서 보면 이해관계자는 더욱 다양하고 많은 수로 늘어난다는 것이다. 더욱 중요한 것은 이들의 욕구가 더욱 기업의 사회적 책임을 강조하게 된다는 것이다.



<그림-4> 기업의 경영활동의 이해관계자 동향 분석

다. 사회책임의 평가 사례

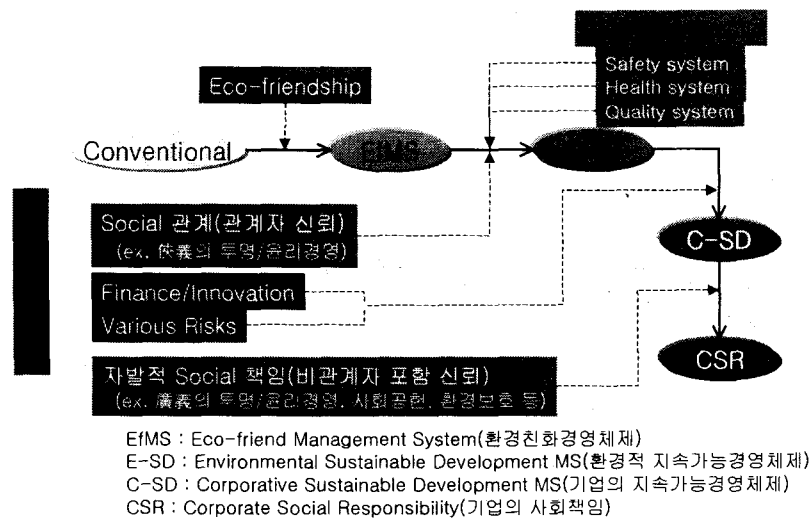
사회책임의 실패사례로 경영학 교과서에 많이 등장하는 경우를 소개하면 우선 스포츠분야 최대 다국적 기업인 나이키사를 들 수 있다. 나이키사는 소의 'rush to the bottom'이라는 아웃소싱을 1980년대까지는 한국과 대만이 주류였으나 1990년대에 들어서 는 중국, 베트남 등 저개발국으로 계약처를 옮기게 되었다. 여기에서 발생한 문제가 저렴한 가격을 찾다가 외주공장에서 발생하는 인권(아동고용), 작업환경, 환경오염 등의 문제가 드러난 것이었다. 이는 1996년 Life지에 게재되었고 이로 인해 나이키의 고품질 운동장비들의 이미지는 여지없이 바닥으로 추락하였다.

이후 나이키사에서는 기업의 지속성에 있어 외주기업의 관리도 중요하다고 여기기 시작하였고, 이로 인해 최근에는 아동고용과 작업환경 등을 종합적으로 고용해 외주의 순위를 결정하는 정책을 도입하고 있다.

2. 사회적 책임 평가 방법

가. CSR 발전 경로²⁾

환경측면에서 보면 기업의 사회적 책임(CSR; Corporate Social Responsibility)에 대한 기원은 <그림-5>에서 보이는 바와 같이 환경측면에서 찾을 수 있다. 기존의 경영에 기업 내부의 안전, 보건, 품질 요소와 기업외부의 사회, 재무/혁신, 위험관리 요소들이 더해져서 종국에는 CSR로 발전한다고 볼 수 있다.



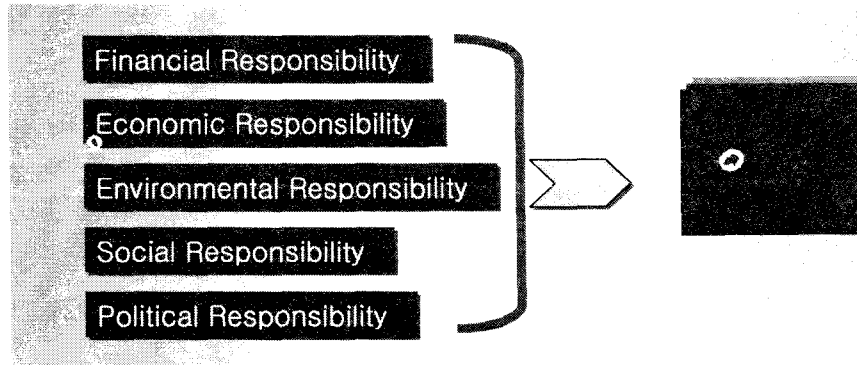
<그림-5> 기업의 사회적 책임 발전 경로

기업의 사회적 책임은 한전의 발전 자회사들과 같이 직접 전력을 생산하는 기업에서는 환경친화 경영 구현과 같은 형태로 나타난 후 지속가능경영으로 전환하는 것이 자연스런 경로이다. 그러나 한전과 같은 서비스 중심의 기업에게는 이러한 진화 경로에서 바로 기업의 사회적 책임 경영체제를 도입하고 여기에 환경측면을 부가하여도 무방할 것이다.

2) <http://www.csrwire.com/> 운영중

나. 사회책임의 범주

기업의 사회책임 범주를 자칫 오해하는 경우 사회적 책임측면만을 강조할 수 있으나, 이를 방지하기 위해 안병훈(2004)의 경우 이를 <그림-6>과 같이 나타내고 있다. 여기에는 사회책임 분야는 물론 기존경영 요소인 재무와 경제적 책임을 포함해 환경책임과 정책적 책임까지를 포함하고 있다.



<그림-6> 기업의 사회책임 활동 분야

3. 한전의 사회공헌 활동 노력과 나타남

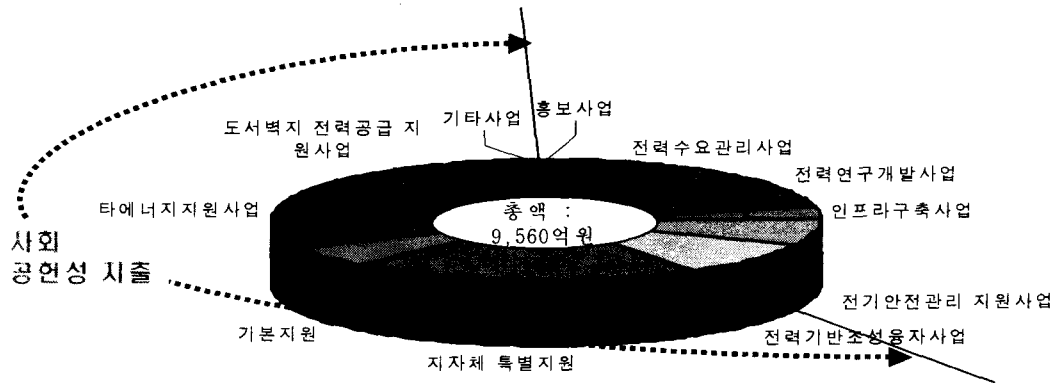
기업의 평가에 있어 사회책임 활동의 중요성은 이미 살펴본 바와 같다. 기업평가 전문기관들의 평가방식은 우선 기업이 발간한 각종 보고서와 외부에서 발행한 정보들(예를 들면 산업 백서, 언론기사 등)을 취합하여 기업의 노력에 대한 예비 평가를 수행하고, 다음으로 기업을 방문하여 면담을 수행하고 추가 정보를 요구·입수하여 최종평가를 수행하게 된다. 따라서 기업의 활동에 못지않게 외부에서 발행되는 자료에 한전이 어떻게 나타나야 할지에 대한 대비와 전략이 있어야만 한다.

다음은 한전의 사회공헌을 수록한 한 사례를 소개하며 그 시사점을 찾아보고자 한다.

2004년 2월 한 경제단체는 2003년 기업들의 사회공헌에 대한 백서를 발간하였다. 이 백서에서는 국내 200여 대기업들의 사회공헌 실태조사를 실시하였고, 그 결과 기업의 평균 사회공헌비는 약 50억 수준으로 조사되었다. 여기에 수록된 한전의 사례를 살펴보면 교육·장학·학술, 사회복지, 환경·유적·전통문화보전, 지역사회·사회발전 분야에 대한 공헌액은 전혀 없고, 스포츠·예술·건강·의학 분야의 공헌은 2억원 남짓 기여한 것으로 집

계되고 있다.

그러나 한전의 실태는 <그림-7>에서 보이는 바와 같이 2004년도 전력산업기반기금으로 9,560억원을 책정하면서 이중 최소한 59%를 사회발전과 지역사회발전을 위해 사용하려 계획하고 있으며 2003년의 경우도 이와 크게 다르지 않았다.



<그림-7> 한전의 사회책임을 위한 지출

한전은 매년 사회공헌성 예산으로 매년 5,000억원 이상을 지출하면서도 정작 기업평가사들이 접하고 있는 자료에서는 고작 2억원 수준으로 집계되어 있다면 이는 기업 차원에서 엄청난 손실³⁾일 것이다. 한수원의 경우 이러한 사례를 직접 조사할 수는 없었으나, 한전의 경우를 통해 보면 기업이 달성해 놓은 성과가 제대로 활용되고 있지 못하고 있다는 것이다.

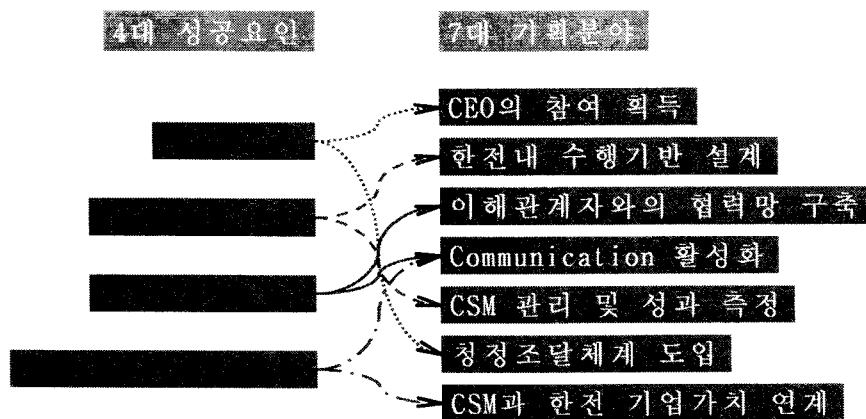
이러한 문제에서 우리가 배워야 할 것은 이 문제의 발생경위를 철저히 파헤쳐 원인을 규명하여 책임자를 문책하고 재발방지의 절차를 만드는 것이 능사가 아니라는 것이다. 이는 보다 근본적으로 아직 한전의 사회공헌이 기업의 자발적 의도에 의해 이루어진다고 하기보다 정부에 의해 강제로 이루어지기 때문에 기업에 대한 사회적 책임 문화나 의식이 보급되어 있지 않다고 보고 이에 대비한 체계적인 경영체제를 수립해야 한다는 것이다.

3) 이러한 사례는 한전의 경우 장애인전기요금 할인정책에 따라 3급 이상 장애인이 있는 세대의 전력요금을 할인해 주는 제도도 2004년부터 더욱 확대해 시행하는 등 다양한 사회공헌 노력을 경주하고 있음

4. 한전의 과제

가. 장기과제

한전은 기업의 사회적 책임과 기업평가의 연계과정을 이해하고 받아들여야 할 것이다. 예를 들어 한전의 사회책임경영(CSM : Corporate Social Responsibility Management)은 환경친화 경영을 근간으로 하고 여기에 윤리경영과 투명경영이 더해지는 포괄적 개념임을 이해하고 이를 위한 체제 수립에 착수해야 한다는 것이다.



<그림-8> 한전의 사회책임을 위한 성공요인과 주요 기획분야

이는 발전 자회사에서 하나를 우선 매각대상으로 선정하여 외부 매각할 때 그 기업의 가격은 한전의 주시가격을 기준으로 하여 산출된다고 볼 때, 최근 기업평가에서 기업의 사회책임 요소가 강조되는 시점에서 CSM의 도입은 매우 시급한 현안이다. CSM으로 경영체제를 혁신할 때에는 독립된 환경보고서나 지속가능보고서와 같은 communication tool을 개발하고 이해관계자들과 적극적인 의사소통도 추진해야 할 것이다.

나. 단기과제

이에 비해 단기적으로는 본사와 자회사를 통틀어 외부 대응 경로를 정리하고, 한전에 불리한 정보라도 외부에서 원할 경우에는 공개를 원칙으로 하고(물론 이 때 보완노력도 첨부하여 제공되어야 함), 불리한 일의 발생시 책임자 색출과 처벌에 주력하기 보다는 반복하여 발생할 가능성을 제도와 매뉴얼로 방지하는 노력을 기울여야 할 것이다. 더욱이 기업의 CSR이 한전 평가의 중요한 측면이라는 중요성을 인식하여 적합한 대응 부서의 설치나 담당자를 임명하여 능동적인 대응이 이루어지도록 노력하여야 할 것이다.