

# 기업의 사회적 책임에 관한 실증적 연구(Ⅲ)\*

— 사회적 책임에 대한 종교집단의 인식을 중심으로 —

A Survey Research on the Corporate Social Responsibilities

한 기 수\*\*

(Han, Kee Soo)

| 目 次                 |                         |
|---------------------|-------------------------|
| I. 서 論              | 2. 사회적 책임의 범위           |
| II. 연구방법            | 3. 사회적 책임 수행 정도에 대한 만족도 |
| 1. 연구방법의 선택         | IV. 결 論                 |
| 2. 종교집단의 선정 및 피조사자  | 1. 연구의 결과 및 의미          |
| 3. 기업 규모의 분류        | 2. 연구의 한계와 앞으로의 연구과     |
| III. 분석의 결과 및 토론    | 제                       |
| 1. 사회적 책임에 대한 관심의 정 | 參考文獻                    |
| 도                   |                         |

\* 이 논문은 1987년도 연세대학교 교내연구비로 이루어진 것임.

\*\* 연세대학교 경법대학 경영학과 조교수

## I. 서 론

사회가 민주화 되면서 나타나는 특성 중 두드러진 점은 다원사회의 성격이 보다 강하게 드러난다는 것이다.<sup>1)</sup> 6·29선언 이후 우리나라 사회는 민주화가 급속도로 진행되면서 사회의 제 집단들이 그들의 목소리를 높이고 서로 견제하는 다원사회의 모습이 현저하게 나타나고 있다.

전통적으로 종교가 국가나 사회를 통합시키는 가치규범적 성격을 지녀왔다는 것은 이미 널리 알려진 사실이다. 고려가 불교를 국가 통치이념으로 삼았고, 이씨 조선이 유교를 국가의 통치이념으로 삼은 것은 국가, 사회의 제 구성원들을 같은 가치관으로 연대화 시키고 동질화 시키는 기능이 종교에 있다는 것을 의미한다. 이 점에서 종교가 사회에 미치는 영향은 지대하다.<sup>2)</sup>

기업의 사회적 책임에 관한 이해관계자 집단의 태도 연구는 구미등지에서 활발하게 연구되어 왔으나, 우리나라에서의 연구는 미미한 실정이며 그나마 기업의 사회적 책임과 관련한 종교집단에 대한 연구는 시도된 바 없다.<sup>3)</sup>

본 연구의 목적은 기업의 사회적 책임에 대한 종교집단의 관심, 범위, 그리고 만족도에 관해 분석하고자 한다. 본 연구는 각 종교집단이 가치규범적 성격이 농후한 기업의 사회적 책임 문제에 대해 어떠한 다른 태도를 보이는 지를 제시한다는 점에서 의미가 있다.

## II. 연구방법

### 1. 연구방법의 선택

註 1) Keith davis & William C. Frederick "Business and Society" 5th ed. McGraw-Hill inc. 1984. pp.134-138

註 2) 이한수 "현대사회와 종교윤리" 도서출판 바울 1991. 3쪽

註 3) 구미등지의 연구를 분류하면 다음과 같다.

1. 최고경영자의 태도에 관한 연구; Keim(1978), Sturdivant and Ginter(1977)
2. 회계전문가의 태도에 관한 연구 : Barnett and Caldwell(1974)
3. 일반 공주의 태도에 관한 연구 : Grunig
4. 최고경영자와 종업원의 태도 연구 : Ostlund(1977), Schreuder(1981)
5. 경영자, 회계전문가, 종업원, 소비자의 태도연구 : Langevin(1982)

우리나라에서의 연구는 다음과 같다.

- ① 최고경영자와 시민의 태도에 관한 연구 : 김식현(1981), 이희준(1983).
- ② 경영자, 회계전문가, 종업원, 소비자의 태도에 관한 연구 : 황윤식(1985)
- ③ 최고경영자, 회계전문가, 종업원, 관료, 투자자에 관한 연구 : 한기수(1987)

본 연구의 성격이 종교집단의 태도를 알아보기 위한 태도에 관한 연구라는 점에 비추어 볼 때, 이에 적합한 연구방법으로서 조사연구방법(survey research method)을 선택하였다. 왜냐하면, 조사연구방법은 개인의 의견이나 태도를 연구하는 데 있어서 전적으로 사용되어 온 연구방법이기 때문이다.<sup>4)</sup>

## 2. 종교집단의 선정 및 피조사자

본 연구의 피조사자는 필자의 1987년 연구<sup>5)</sup>의 피조사자 중 각 이해관계자 집단의 종교집단별 공통분모가 가장 큰 기독교, 불교, 무종교를 선정하였다. 이해관계자 집단별 종교집단의 내용은 다음과 같다.

〈표 1〉 피조사자의 분포

| 종교집단<br>이해관계자집단 | 기독교 | 불교 | 무종교 | 계  |
|-----------------|-----|----|-----|----|
| 최고경영자           | 10  | 10 | 10  | 30 |
| 종업원             | 7   | 7  | 7   | 21 |
| 투자자             | 4   | 4  | 4   | 12 |
| 관료              | 4   | 4  | 4   | 12 |
| 회계전문가           | 1   | 1  | 1   | 3  |
| 계               | 26  | 26 | 26  | 78 |

## 3. 기업 규모의 분류

대기업과 중소기업은 국민경제에서 차지하는 역할과 비중이 다르다. 그리고 우리나라의 기업발전 과정에서 대기업 중 특히 재벌 대기업은 외자도입이나 특혜금융 그리고 정부의 강력한 정책적인 지원을 더욱 많이 받았기 때문에, 재벌 대기업에 대해 사회가 요구하는 사회적 책임의 기대수준은 더욱 클 수 있다. 따라서, 본 연구는 기업 규모를 중소기업, 대기업, 재벌소속 대기업으로 나누게 되었다.<sup>6)</sup>

註 4) J.W. Buckley, M.H.Buckley and Hung Fu Chiang, Research Methodology and Business Decisions, (N.A.A. and SMAC, 1976), pp.23-24

註 5) 한기수 “기업의 사회적 책임에 관한 실증적 연구(1) : 사회적 책임에 대한 이해관계자 집단의 인식을 중심으로” 산업과 경영 제24권 제2호, 1987년 10월 135-148쪽

註 6) 여기에서 재벌이라 함은 기업집단으로서 1985년 현재, 매출액 순위 30위 이내에 드는 기업집단을 의미한다. 경영능력연구소, “한국의 50대 재벌”(서울 : 경영능력연구소 출판부, 1985), 17쪽

### Ⅲ. 분석의 결과 및 토론

#### 1. 사회적 책임에 대한 관심의 정도

기업의 사회적 책임에 대한 인식의 첫 질문은 “기업의 사회적 책임에 대해 과거에 관심을 가진적이 있습니까?”이다. 이 질문에 대한 응답은 “가진 바 있다”와 “가진 바 없다” 중 택일하도록 제시되었다. 응답결과는 <표 2>와 같다. 이로부터 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있다.

- (1) 종교집단 전체로 볼때, 관심을 가진 바 있다고 응답한 비율은 91%로서 이 비율은 일본인과 미국인의 관심도보다 더 높은 것으로 판단된다.<sup>7)</sup>
- (2) 종교집단별로 보면, 종교집단이 종교가 없는 집단보다 기업의 사회적 책임에 대해 더 관심도가 높다. 즉, 기독교와 불교집단은 관심을 가진 비율이 전체 평균을 상회하나, 무종교집단은 평균비율에 못 미치고 있다. 이것은 기독교와 불교가 고등종교로서 신앙생활에 있어서 높은 수준의 사회윤리를 요구하기 때문인 것으로 보인다.

<표 2> 기업의 사회적 책임에 대한 관심

단위 : 인원(명), 비율(%)

| 경험유무 \ 집단 | 기독교 |     | 불교 |     | 무종교 |     | 합계 |     |
|-----------|-----|-----|----|-----|-----|-----|----|-----|
|           | 인원  | 비율  | 인원 | 비율  | 인원  | 비율  | 인원 | 비율  |
| 있 다       | 24  | 92  | 25 | 96  | 22  | 85  | 71 | 91  |
| 없 다       | 2   | 8   | 1  | 4   | 4   | 15  | 7  | 9   |
| 합 계       | 26  | 100 | 26 | 100 | 26  | 100 | 78 | 100 |

#### 2. 사회적 책임의 범위

기업의 사회적 책임의 인식에 대한 두번째 질문은 “기업의 사회적 책임의 범위는 다음 중 어느 것이어야 한다고 생각하십니까?”이다. 사회적 책임의 범위는 다음<표 3>과 같다. 응답결과는 <표 3>과 <표 4>에 요약되어 있다. <표 4>에서 평균값이 큰

註 7) 한기수, 앞글, 135-148쪽

것은 사회적 책임의 범위가 넓은 것을 의미한다.

- (1) 종교집단 전체로 볼 때, 기업의 기본 기능을 사회적 책임의 범위로 인식하고 있는 비율은 아주 적었으며(9%), 기업의 기본기능 및 이로부터 파생되는 문제의 해결을 사회적 책임의 범위로 인식한 비율(44%)이 널리 사회복지 향상에 기여하는 것을 사회적 책임의 범위로 인식한 비율보다 근소하게 적은 것으로 나타났다. 이것은 미국의 오버와 바론(1978)의 연구결과(49.2%, 50.8%) 및 일본통산성(1977)의 조사결과(68.6%, 31.4%)보다 다소 넓은 범위를 나타내고 있다. 그리고 한국의 김식현(1981)의 연구결과(42.5%, 54%) 및 이희준(1983)의 연구 결과와 유사한 범위를 나타내고 있다.
- (2) 종교집단별로 사회적 책임의 범위를 광범위한 순서대로 살펴보면, <표 4>에 나타난 바와 같이 기독교, 불교, 그리고 무종교의 순서이다. 종교집단이 무종교 집단에 비해 더 광범위한 사회적 책임의 범위를 인식하고 있다. 그리고 근소하긴 하지만, 기독교 집단이 불교집단 보다 다소 광범위한 사회적 책임의 범위를 인식하고 있는 것으로 보인다.

〈표 3〉 기업의 사회적 책임에 대한 범위(I)

단위 : 인원(명), 비율(%)

| 범 위  | 기독교 |     | 불 교 |     | 무종교 |     | 전 체 |     |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|  | 인원  | 비율  | 인원  | 비율  | 인원  | 비율  | 인원  | 비율  |
| 1. 상품의 생산, 서어비스의 제공, 고용의 촉진등 기업본래의 기능을 효율적으로 수행하는 것이 바로 기업의 사회적책임을 수행하는 것이다.   | 2   | 8   | 2   | 8   | 3   | 11  | 7   | 9   |
| 2. 위의 1.의 기업본래의 기능에 더하여 사회의 요구나 가치관의 변화 및 기업본래의 기능을 수행함으로 인해 파생되는 사회적 문제를 제거하는데 신경을 써서 공정한거래, 종업원의 복지향상, 공해방지 등에 노력하는 것이다. | 8   | 31  | 10  | 38  | 9   | 35  | 27  | 35  |
| 3. 위의 1,2의 내용에 더하여 지역사회의 환경개선, 문화예술및 학술활동에의 지원등 널리 사회의 복지향상에 기여하는 것이다.   | 16  | 61  | 13  | 50  | 14  | 54  | 43  | 55  |
| 4. 잘 모르겠다  | 0   | 0   | 1   | 4   | 0   | 0   | 1   | 1   |
| 합 계  | 26  | 100 | 26  | 100 | 26  | 100 | 78  | 100 |

〈표 4〉 기업의 사회적 책임에 대한 범위(Ⅱ)

| 통계량 \ 집단 | 기 독 교 | 불 교   | 무 종 교 | 합 계   |
|----------|-------|-------|-------|-------|
| 평 균      | 2.538 | 2.500 | 2.423 | 2.487 |
| 표준편차     | 0.647 | 0.707 | 0.703 | 0.679 |
| 순 위      | 1     | 2     | 3     |       |

평균치는 〈표 3〉의 1,2,3항의 범위에 각각 1,2,3의 값을 부여한 후 계산되었다. 순위는 집단간의 순위로서 가장 범위가 넓은 집단을 1위로 하였다.

### 3. 사회적 책임 수행 정도에 대한 만족도

기업의 사회적 책임에 대한 인식과 관련한 세째 질문은 “우리나라 기업들의 사회적 책임 수행 정도에 대해 어떻게 생각하십니까? 기업 규모별로 각각 답해 주십시오”이다. 기업규모는 중소기업, 대기업, 재벌소속 대기업으로 구분하였으며, 만족도는 ‘대단히 만족스럽다’에서 ‘매우 불만족스럽다’까지 5점척도를 제시하였다.

응답결과는 다음〈표 5〉와 〈표 6〉에 요약되어 있다. 〈표 6〉에서 평균치는 클수록 만족도가 높은것을 나타낸다. 이들 표는 다음과 같은 점을 시사하고 있다.

- (1) 전체적으로 보면, 본 연구의 종교집단들은 기업규모에 상관없이 기업의 사회적 책임의 수행정도에 대해 불만족스러워 하고 있다. 이러한 불만족스럽다는 평가를 내리게 된 요인으로는 사회적 책임에 대한 높은 기대, 과도한 준조세, 공시의 부족, 기업가들의 비윤리적 행위 등에 원인이 있다고 본다.<sup>8)</sup>
- (2) 종교집단별로 보면, 재벌기업에 대한 불교집단의 평가를 제외하고는 무종교집단이 기독교와 불교집단보다 불만족도가 높다. 즉, 기업의 사회적 책임활동에 대한 평가에 있어서 종교집단이 무종교집단 보다 더 관대하다. 기독교와 불교집단이 무종교집단보다 불만족도가 낮은 것은 기독교와 불교의 종교적 가르침이 남에 대해 비판하고 정죄하는 것을 금하기 때문이 아닌가 생각된다. 즉, 종교적 가르침이 더 관대한 인간이 되는데 영향을 준 때문인 것으로 판단된다.

註 8) 한기수, 윗글, 142쪽.

〈표 5〉 기업의 사회적 책임에 대한 만족도(Ⅰ) (단위 : 인원, %)

| 집 단<br>기업규모<br>만족도 | 기 독 교    |         |            | 불 교      |         |            | 무 종 교    |         |            | 합 계      |         |            |
|--------------------|----------|---------|------------|----------|---------|------------|----------|---------|------------|----------|---------|------------|
|                    | 중소<br>기업 | 대기업     | 재 별<br>대기업 | 중소<br>기업 | 대기업     | 재 별<br>대기업 | 중소<br>기업 | 대기업     | 재 별<br>대기업 | 중소<br>기업 | 대기업     | 재 별<br>대기업 |
| 1. 대단히 만족          | 0(0)     | 1(4)    | 1(4)       | 1(4)     | 0(0)    | 0(0)       | 0(0)     | 0(0)    | 0(0)       | 1(1)     | 1(1)    | 1(1)       |
| 2. 그런대로 잘 수행       | 3(11)    | 2(8)    | 4(15)      | 3(11)    | 6(23)   | 5(19)      | 8(31)    | 3(11)   | 4(15)      | 6(8)     | 11(14)  | 13(17)     |
| 3. 보통              | 2(8)     | 7(27)   | 8(31)      | 8(31)    | 7(27)   | 3(11)      | 12(46)   | 8(31)   | 9(35)      | 18(24)   | 22(28)  | 20(26)     |
| 4. 별로 못 수행         | 18(69)   | 12(46)  | 6(23)      | 13(50)   | 9(35)   | 10(39)     | 4(15)    | 7(27)   | 5(19)      | 43(55)   | 28(36)  | 21(27)     |
| 5. 매우 불만           | 1(4)     | 4(15)   | 7(27)      | 0(0)     | 4(15)   | 8(31)      | 2(8)     | 6(23)   | 8(31)      | 5(6)     | 14(18)  | 23(29)     |
| 6. 잘 모르겠음          | 2(8)     | 0(0)    | 0(0)       | 1(4)     | 0(0)    | 0(0)       | 0(0)     | 2(8)    | 0(0)       | 5(6)     | 2(3)    | 0(0)       |
| 합 계                | 26(100)  | 26(100) | 26(100)    | 26(100)  | 26(100) | 26(100)    | 26(100)  | 26(100) | 26(100)    | 78(100)  | 78(100) | 78(100)    |

〈표 6〉 기업의 사회적 책임에 대한 만족도(Ⅱ)

| 집 단<br>통 계 량<br>기업규모 |      | 기 독 교 | 불 교   | 무 종 교 | 합 계   |
|----------------------|------|-------|-------|-------|-------|
| 중소기업                 | 평 균  | 2.115 | 2.577 | 2.000 | 2.231 |
|                      | 표준편차 | 0.952 | 0.987 | 0.894 | 0.966 |
| 중소기업                 | 평 균  | 2.385 | 2.577 | 2.154 | 2.372 |
|                      | 표준편차 | 0.983 | 1.027 | 1.156 | 1.058 |
| 중소기업                 | 평 균  | 2.462 | 2.192 | 2.346 | 2.333 |
|                      | 표준편차 | 1.174 | 1.096 | 1.093 | 1.113 |

### Ⅲ. 결 론

#### 1. 연구의 결과 및 의미

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 사회적 책임에 대한 관심에 있어서 종교집단별로는 기독교와 불교집단이 무종교 집단에 비해 사회적 책임의 관심도가 높은 것으로 나타났다.

둘째, 사회적 책임의 범위에 있어서 종교집단이 무종교집단에 비해 더 광범위한 사회적 책임의 범위를 인식하고 있다. 그리고 근소하기는 하지만, 기독교집단이 불교집단보다 다소 광범위한 사회적 책임의 범위를 인식하고 있는 것으로 보인다.

셋째, 사회적 책임에 대한 만족도에 있어서, 무종교집단이 기독교와 불교집단보다

불만족도가 높다. 즉, 기업의 사회적 책임 활동에 대한 평가에 있어서 종교집단이 무종교 집단보다 더 관대하다.

본 연구결과는 각 종교가 갖고있는 사회윤리의 성격이, 각 종교집단의 구성원들에게 어느 정도 영향을 미치고 있음을 나타내고 있다. 따라서, 앞으로 기업의 사회적 책임에 대한 이해관계자 집단의 태도를 연구할 때 종교가 고려되어야 할 요소라는 것을 시사한다.

## 2. 연구의 한계와 앞으로의 연구과제

본 연구는 다음과 같은 한계를 가지고 있다.

첫째, 본 연구는 표본추출을 임의표본추출(random sampling) 방법에 의하지 않았으며, 표본의 크기도 작았다. 이것은 표본의 성격과 연구를 실행하는 데 따르는 현실적인 어려움에 기인하는 것이기는 하다. 그러나 이러한 표본추출방법과 표본의 크기는 연구를 일반화 시키는데 한계가 있음을 시사하고 있다.

둘째, 본 연구는 설문지 법에 의한 조사 연구방법을 사용하였다. 따라서, 설문지법이 안고 있는 한계를 본 연구가 그대로 갖게 된다.

본 연구와 관련하여 앞으로 발전시켜야 할 연구과제를 제시하면 본 연구조사는 조사연구방법을 설문지법에 의해 연구하였으나, 앞으로는 설문지법 외에 면접(interview)방법, 실험방법, 관찰방법 등 가능한 다른 방법에 의해 이해관계자들의 태도를 연구할 필요가 있다. 왜냐하면, 이러한 다양한 방법의 사용은 설문지법이 안고 있는 연구결과의 한계를 극복하고 보다 타당성 있는 연구결과를 얻게 할 수 있을 것이기 때문이다.



## 參 考 文 獻

- (1) 경영능력연구소, 『한국의 50대 재벌』, 서울 : 경영능력연구소 출판부, 1985.
- (2) 김광웅, 『사회과학연구방법론』, 서울 : 박영사, 1981.
- (3) 김병수외, 『통계자료분석』, 서울 : 박영사, 1987.
- (4) 김식현, “기업과 그 사회적 책임”, 경제기술조사센터편, 『기업의 사회적 책임과 새 경영이념』, 서울 : 전국경제인연합회, 1981.
- (5) 신유근, 『기업과 사회』, 서울 : 경문사, 1986.
- (6) 이희준, 『기업사회회계론』, 서울 : 삼영사, 1983.
- (7) 이한수, 『현대사회와 종교윤리』 서울 : 도서출판 바울, 1991.
- (9) 최동규, 『기업의 준조세부담에 관한 실증적연구』, 서울 : 한국경제연구원, 1986.
- (10) 한국경제연구원, 『기업의 사회봉사』, 서울 : 전국경제인연합회, 1984.
- (11) 한기수, “기업의 사회적 책임에 관한 실증적 연구(1) : 사회적 책임에 대한 이해 관계자 집단의 인식을 중심으로” 산업과 경영 제24권 제2호 1987년 10월
- (12) 한기수, “기업의 사회적 책임에 관한 실증적 연구(2) : 사회적 지출에 대한 이해관계자 집단의 태도를 중심으로” 회계학 연구 제7호 1987년 11월
- (13) 황윤식, “기업사회 회계의 유용성 제고방안에 관한 연구”, 박사학위논문, 동아대학교 1985
- (14) 日本通産省産業政策局, 企業制度研究會, 『事業報告의 實態』, 東京 : 大藏省印刷局 1988
- (15) . 『企業行動의 目的と問題點』, 東京 : 大藏省印刷局 1978
- (16) 高田聲, 『經營의 目的と責任』, 東京 : 日本生産性本部, 1970
- (17) Abt, C.C. The Social Audit for Management, AMACOM, 1977.
- (18) Barnett, A.H and J.C Caldwell, “Accounting for Corporate Social Performance: A Survey”, Management Accounting, November, 1974.
- (19) Buckley, J.W., M.H. Buckley and Hung Fu Chiang, Reasearch Methodology and Business Decisions, N.A.A and SMAC, 1976.
- (20) Committee for Economic Development, “Social Responsibility of Business Corporations - A Statement by the Research and Policy Committee”, June, 1971.
- (21) Grunig, J.E., “A New Measure of Public Opinions on Corporate Social

- Responsibility”, *Academy of Management Journal*, 1979, Vol.22. No.4
- (22) Hair, J.F., Jr. etc. 『Multivariate Data Analysis』, Tulsa: Petroleum Publishing Co. 1979.
- (23) Hay, R.D., “Social Auditing: An Experimental Approach”, *Academy of Management Journal*, Vol.18, No.4, 1975
- (24) Keim, G.D., “Managerial Behavior and Social Responsibility Debate: Goals versus Constraints”, *Academy of Management Journal*, Vol. 21, No.1, 1978
- (25) Keith Davis & Willam C. Frederick, “Business and Society” 5th ed. McGraw-Hill, Inc. 1984.
- (26) Langevin, M., “Corporate Social Responsibility Accounting: A Canadian Empirical Study”, Ph.D. Dissertation, Syracuse University, 1982.
- (27) Ostlund, L.E., “Attitudes of Managers Toward Corporate Social Responsibility” *California Management Review*, Summer, 1977, Vol. XIX, No.4.
- (28) Schreuder, H., “Employees and the Corporate Social Report: The Dutch Case”, *The Accounting Review*, Vol.LVI, No.2, April, 1981.
- (29) Sethi, S.P., “Dimensions of Corporate Social Performance”, *California Management Review*, Vol. 7, No.3, (Spring, 1975).
- (30) Steiner, G.A., *Business and Society*, 2nd, ed. New York: Random House, 1975.
- (31) Stone, E.F., *Research Methods in Organizational Behavior*, Goodyear Publishing Co. Inc., 1978.
- (32) Stover R.V. and W.J. Stone, “Hand Delivery of Self-Administered Questionnaires”, *Public Opinion Quarterly*, 1974
- (33) Sturdivant, F.D. and J.L. Ginter, “Corporate Social Responsiveness: Management Attitudes and Economic Performance” *California Management Review*, Spring, 1977, Vol.XIX. No. 3.