

企業 設立財團의 事業 活性化와 社會的 責任의 認識度에 관한 研究*

A Study on the Activation of Foundation Business
and the Recognition of Social Responsibility

鄭 基 成**
(Chung, Ki Sung)

〈 目 次 〉

- I. 序 論
 - II. 企業의 社會的 責任과 社會 奉仕
 - 1. 企業의 社會的 責任의 歷史的 發展
 - 2. 社會的 責任에 대한 理論的 接近
 - 3. 社會的 責任에 대한 論爭
 - III. 企業設立 財團事業과 社會的 責任과의 關係
 - 1. 社會的 責任과 企業財團 모델
 - 2. 假說의 設定
 - 3. 質問紙 蒐集과 處理
 - 4. 測定
 - IV. 調查結果의 分析：假說檢證
 - 1. 기업재단및 倫理意識 評價와 사회적 책임의 認識度와의 關係
 - 2. 認識度에 대한 假說 檢證
 - 3. 追加的 分析
 - V. 結 論
- 〈參考文獻〉

* 본 研究는 1992년도 産學協同財團의 研究費支援에 의해 研究되었음
** 江陵大學校 經營學科 教授

I. 序 論

産業社會가 발전하고 사회환경이急變함에 따라 기업의 역할에 대한 사회적 기대가 변하고 있다. 오늘날 대부분의 企業들을 비경제적 목표인 기업의 사회적 책임에 關心을 갖고 제반 사회적 이슈에 효율적으로 대처하려하고 있으며, 사회가 民主化, 多元化될수록 기업의 社會的 責任 遂行에 대한 요구가 증대되고 있다.

기업의 사회적 책임이란 企業과 관련한 소비자나 환경에 대한 기업의 대응방안의 일환이다. 오랜동안 기업의 사회적 책임이 무엇인가하는 논쟁이 계속되어 왔으며, 經營者들은 이를 履行하는 방안에 관심을 가져 왔다. 그러나 사회적 책임은 기업의 최고경영자나 기업가의 倫理觀, 價値觀, 道德觀, 및 經營哲學에 의해 크게 좌우되기 때문에 명확한 限界나 대상을 규정하기가 어렵다.

근대적인 의미에서 기업의 사회적 책임이 중요하게 認識되기 시작한 것은 기업의 規模가 거대화되고 경제가 성장 발전한 뒤부터라고 말할 수 있다. 이것은 기업의 경영자가 내리는 意思決定 내용에 따라 기업과 관련된 소비자 및 이해관계자들이 精神的, 物質的 影響이 커지게 되었으며 기업의 의사결정이나 행동은 直接 또는 間接으로 國民 전체의 福祉生活에까지 영향을 미치게 되었기 때문이다.

기업의 사회적 책임의 種類로는 기업유지및 발전에 대한 책임으로부터, 종업원에 대한 책임, 이해관계자 利害調整의 책임, 후계자양성의 책임, 公害에 대한 책임 등을 열거할 수 있다. 本質적으로 기업이 지나친 영리추구및 부의 蓄積으로 인해 사회적 비판을 초래하게 되었으며, 이러한 狀況에서 기업이 사회적 책임을 이행하기위한 經營政策的 대안의 하나로 기업재단설립이 講究되기에 이르렀다.

이와같이 기업 및 기업인이 基金을 출연하여 企業 財團을 설립하고¹⁾ 이를 통해 기업의 사회적 책임을 수행하려하는 것은 ① 民主化에 따라 기업의 부정적 이미지가 增幅되어 批判輿論이 高潮되었으며 ② 국내 대기업은 60년대이후 관주도형 고도 성장 과정에서 政經 癒着을 통하여 富를 蓄積한 것이라는 非難에 대해 부를 사회에 일부나마 還元함으로써

1) 全國經濟人聯合會, 『韓國의 企業財團 實態調査』, 서울, 1991, 12

면해보자는 것이며, ③ 과도한 경제력 집중, 부동산투기, 分配의 不均衡, 공업화에 의한 환경오염등 기업의 非倫理性등이 광범위하게 指摘 받음으로써 기업의 사회적 책임이 어느때보다도 莫重해졌기 때문이다.

이와같이 社會的 責任의 認識度를 바탕으로 재벌기업들의 기업재단설립이 보편화 하게 되었으므로, 기업재단의 事業活性化는 바로 사회적 책임의 인식도와 깊은 상관관계를 맺고 있을 것으로 가정된다. 왜냐하면 단지 사회적 책임의 회피수단으로서 재단을 설립하였다고 할때 재단의 사업은 도외시한채 재단을 개인재산의 도피처 및 税金 回避의 手段으로 인식하는등 재단설립 및 사업의 추진과 사회적 책임의 인식도는 서로 어떠한 相關關係를 가지고 있다고 추정 되기 때문이다.²⁾

따라서 기업재단이 사회적 책임을 수행하는데 중요한 役割을 한다는 假定들을 중심으로 기업재단과 사회적 책임과의 관계를 정립하려는데에 본 論文의 目的이 있다.

II. 企業의 社會的 責任과 社會 奉仕

1. 企業의 社會的 責任의 歷史的 發展

(1) 美國의 경우

미국의 경우 3가지의 歷史的 事件을 통해서 기업의 사회적 책임에 관한 문제가 대두 되었다. 첫번째는, 1860년대부터 1890년대로 소위 산업 자본가 사회였던 이 시대에 몇몇 産業 資本家 였던 카아네기(Andrew Carnegie), 록펠러(John D. Rockefeller), 모건(J. P. Morgan), 벤더빌트(Cornelius Vanderbilt)등이 산업사회를 이끌고 있던 시대였다. 이때에 獨占 資本主義를 지지하려는 노동운동, 가격차별화운동 등등이 공공단체와 정부 일각에서 발생하여 법제화 되고, 이러한 초기 법들이 기업, 정부 및 일반인들의 相互依存性을 지적하던

2) 鄭基成, “企業財團의 社會的 役割과 進路”, 『社會科學研究』 제 22 집, 崇實大學校 産業經濟研究所, 1992, p.368

시기였다.³⁾

두번째는, 1929년 大恐慌 이후 나타난 현상이다. 1920년대에 합병등으로 거대화한 몇몇 기업이 미국 경제를 支配하게 되었다. 이후 대부분의 미국인들이 대공황의 책임을 대기업에게 돌리자 루즈벨트 대통령은 뉴딜 정책을 실시하며 이러한 문제를 해결하기 위한 立法措置로서 공정거래 및 기업윤리규정등을 마련하였다.

세번째로, 1960년대에서 1970년대초기에 이르러 사회적 騷擾와 더불어 공중감시가 활발해진 현상이다. 젊은 세대가 정부, 대기업 및 속칭 기관들에 대하여 비난을 퍼붓기 시작하였다. 이들은 大學街에서 不買運動, 항의시위등을 실시하였고, 정부는 기업에 대해 포장부터 광고문안까지 公益에 부응하는 정책을 집행하였다.

오늘날에와서 사회적 책임의 廣域化 현상은 문화 예술, 교육투자, 자선등으로 넓혀지고 있다. 그러나 대부분의 기업들은 몇몇 분야에만 집중해 책임지기를 원하고 있으며, 미국의 경우 여직원, 소수민족등에 대한 도덕적영향등을 고려하고 있다.⁴⁾

(2) 우리나라의 경우

우리나라의 경우 公益活動을 통해 기업의 사회적 책임을 수행하도록 제도가 改善 되고 있으며 많은 기업이 기업의 사회적 책임을 이행하기 위한 사업을 施行하기 시작하였다. 우리나라 기업의 사회봉사의 역사적 배경을 살펴보면, 한국사회는 傳統的으로 씨족 및 부락을 중심한 공동 사회를 형성하여 오랫동안 相扶相助 하는 전통을 가지고 있다. 계, 향약, 두레, 사창, 품앗이 등등이 그것이다.⁵⁾

그러나 이와같은 歷史的 전통에도 불구하고 일제로부터 독립당시의 엄청난 빈곤과 사회적 어려움이 나타 났으나 이를 克服하고 기업을 경영하여 우리나라 경제발전에 기여한 대기업들은 사회로부터 비난과 찬사를 동시에 듣고있다. 그 까닭은 대기업들의 刻苦의 노력에 의하여 우리경제가 세계적인 주목을 받을 만큼 성장하게 되었음을 부정할 수 없지만

3) Van Fleet, *Contemporary Management*, Houghton Mifflin Company, Boston, MA, 1991, p.74 - 75

4) Ibid., p. 82

5) 鄭基成, "우리나라 民間 公益活動의 歷史的 考察", 『社會科學 研究』 제 2 집, 江陵大 社會科學研究所, 1991, 12.

정치적 연루관계에서 발생하는 각종 부정적인 蓄財過程 때문이다.⁶⁾

또한 대기업의 성장 발전 밑에는 많은 중소기업과 국민들의 노력이 깔려있음을 인식할때 기업들의 발전에의해 오늘날 우리의 질적 삶이 개선되었다고 할 지라도 이들 기업의 資產이 사회적으로 올바르게 쓰여질 수 있도록 연구 제시하는 것이 그 어느 때보다도 중요하게 되었다. 왜냐하면 현재의 한국 기업 집단의 所有와 경영 특성은 韓國 企業이 자본주의 발전 단계에 있어 과도기에 놓여 있기 때문이다. 또한 일부 기업집단 들은 자신의 영역 확장에 관심을 둔 政治的 經濟人으로 가장 잘 설명될 수 있는 제 1 세대 창업가들이 아직까지도 활발히 활동하고 있지만 어떤 기업집단들은 아버지로 부터 기업을 물려 받은 제 2 세대 소유주에 의해서 경영되고 있기 때문이다. 후자의 경우는 전문경영자에의해서 經營되고 있는 기업이 많으므로 이들이 이해할 수 있는 代案의 제시가 바람직하다.⁷⁾

2. 社會的 責任에 대한 理論的 接近

기업의 사회적 책임은 이상과 같이 역사적 과정을 거쳐 발전되어 왔다. 기업의 사회적 책임이 대두된 背景과 이유를 살펴보면 산업사회가 급속히 발전하고 社會環境이 변해 감에 따라 기업의 역할에 대한 기대도 함께 변하고 있기 때문이라고 할 수 있다. 그래서 오늘날 대부분의 기업들을 비경제적 목표인 기업의 사회적 책임에 關心을 갖고 제반 사회적 이슈에 효율적으로 대처하려고 노력하고 있다. 더우기 사회가 민주화, 다원화 될수록 기업의 사회적 책임의 수행에 대한 要求가 增大되고 있다.

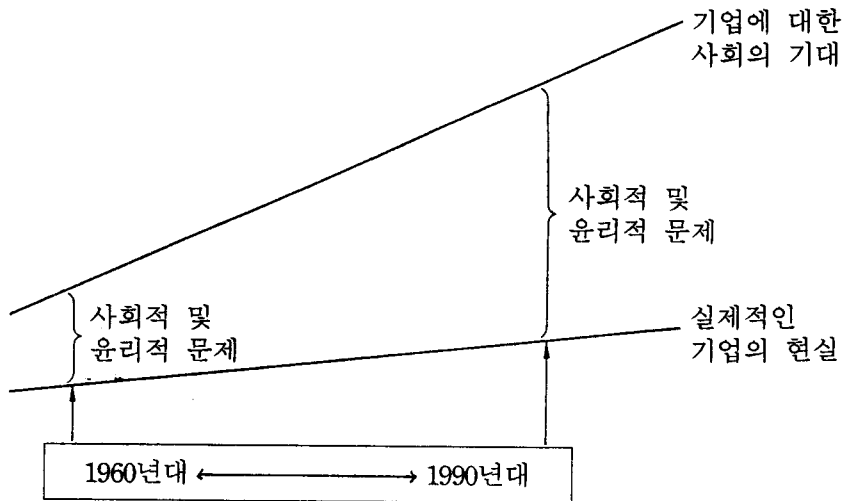
앞으로 기업에대한 사회의 기대가 커진다는 前提에서<그림 II-1>보면 사회적 책임이란 사회의 기대에 부응하는 것인 한 사회적 책임의 필요성은 분명하다.⁸⁾

6) 韓國長期信用銀行, “한국기업의 社會的 責任과 社會奉仕”, 산학협동연구시리즈 제9호, 1991, 서울, pp.82-85

7) 前掲書 p.32

8) 李漢鈞, 『經營學原論』, 螢雪出版社, 大邱, 1993, p. 105

〈그림 II-1〉 시간의 흐름에 따른 사회적 책임과 논리



사회적 책임은 기업의 最高經營者나 기업가의 윤리관, 가치관, 도덕관, 및 경영철학에 의해 크게 좌우되기 때문에 명확한 한계나 대상을 규정하기가 어렵다. 데이비스와 블롬스트롬(Davis and Blomstrom)은 기업의 사회적 책임이란 기업의 의사결정자가 자신의 企業行動이 사회에 대해 끼치는 충격을 심각하게 고려하는 것으로 사회적 책임이란 사회적 이익에 따라 사회적 福祉問題를 보존하거나 증진시키는 의사결정자의 의무라고 주장하고 있고⁹⁾ 맥가이어(McGuire)는 사회적 책임이란 기업이 경제적 법적 의무뿐만아니라 그 이상의 어떤 사회적 책임을 지는 것¹⁰⁾ 이라고 주장하고 있다. 또한 그리핀(Griffin)은 사회적 책임은 組織이 그 자체 이익을 증진함과 동시에 사회전체의 복지를 보장하고 증대시키는 행동을 할 組織의 義務이다라고 정리하였다.¹¹⁾

이에 대해 자코비(Jacoby)는 기업의 행동이론에 초점을 두고 사회적 책임 개념의 변화를 고전적 시장 모델, 경영자의 관리적 모델, 사회환경적 모델하에서의 사회적 책임 概念으로

9) Keith Davis and Robert L. Blomstrom, *Business and Society: Environment and Responsibility*, 3rd ed. New York: McGraw-Hill, 1975, p. 39.

10) Joseph W. McGuire, *Business and Society*, New York: McGraw-Hill, 1963, p. 144.

11) R.W. Griffin, *Management*, Houghton Mifflin Company, Boston, MA, 1984, p.86

각각 分類하였다.¹²⁾ 고전적 시장 모델이란 아담 스미스의 이론을 기초로 하고 있으며 기업은 이윤 극대화에만 책임이 있다는 개념이다. 이 모델에서는 사회적 문제 해결을 고려하지 않는다. 경영자의 관리적 모델이란 경영자의 직업 완수에만 焦點을 두며 사회적 참여가 상당히 가능한 것으로 보는 모델이다. 사회환경적 모델이란 기업이 단지 시장환경 뿐만 아니라 일반적인 社會環境에 대해서도 반응해야한다는 단계를 말한다.

뿐만아니라, 사회적 책임이란 경영자가 기업의 직접적인 경제적 및 기술적 이익에 공헌함에 요구되는 정도를 넘어서 사회를 保護하고 전체사회의 복지를 보호하고 증진시키는 행동을 遂行할 경영자의 義務라고 주장하는 학자도 있다.¹³⁾

캐롤(Carroll)은 사회적 책임의 段階를 경제적 책임, 법적 책임, 윤리적 책임, 임의적 책임단계로 구분하고 發展된 형태일 수록 임의적 책임 개념으로 나아간다고 하였고,¹⁴⁾ 세시(Sethi)는 사회적 책임의 개념을 사회적 의무, 사회적 책임, 사회적 反應의 3 단계로 구분하였다.¹⁵⁾ 사회적 의무란 시장압력이나 법적 제약에 어쩔 수없이 대응하는 기업행동이며, 사회적 책임이란 시장 압력이나 法的 制約이외에 일반적인 사회규범, 가치 및 기대성파에 適應하려는 처방적 차원의 企業 行動이다. 사회적 반응이란 미래의 사회 시스템 내에서 일어날 가능성이 있는 變化를 豫測하려는 예방적 기업 행동으로 가장 바람직한 개념으로 볼 수있다.

이러한 논거에 基礎하여 볼때 기업의 사회적 책임은 아무것도 고려하지 않던 이윤 추구에서 강제적 義務로, 나아가서 자발적이고 임의적인 윤리적 개념과 미래 사회 시스템의 變化에대한 예방적 개념으로 성숙되고 있음을 알 수 있다.

이러한 개념은 처음에는 다소 混亂스러웠지만 사회복지를 증진하는 움직임으로 발전되었다. 왜냐하면 기업의 사회적 책임이란 기업의 경제적 법적의무 뿐만아니라 그 이상의 어떤 社會的 책임의미하기때문이다.

그러나 불행한 사실은 많은 경영자가 사회적 책임의 개념을 잘못 해석하거나 잘못

12) Neil H. Jacoby, *Corporate Power and Social Responsibility*, Macmillan Publishing Co. Inc., 1973, pp. 191-193.

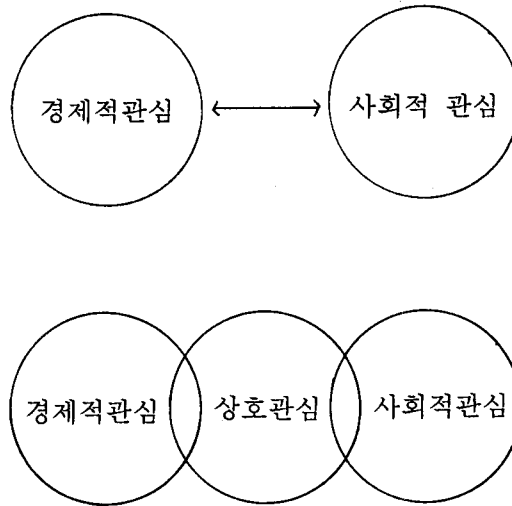
13) S.C. Certo, J.P. Peter, *Strategic Management*, McGraw-Mill, 1990. p. 15, p.207

14) Archie B. Carroll, "Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance," *Academy of Management Review*, Vol. 4. No. 4, 1974. pp. 497 - 505

15) S. Parakash Sethi, "Dimensions of Corporate Social Performance : An Analytical Framework." *California Management Review*, Vol. 17. No. 3, 1975, pp. 58-64

인식하고 있다는 사실이다. 경영자의 대다수가 사회적 책임을 이익추구에 반하는 것으로 認識하고 있다. 이것은 잘못된 개념이며 경제적 이해 관계와 사회적 이해 관계가 서로 상충되는 것이 아니고 서로 보완적이라는 것을 알아야한다. 그 관계를 도식화하면 <그림 II-2>과 같다.

<그림 II-2> 사회적 책임과 사회적 관심



사실상 사회적 책임을 이행하는 現實的인 문제는 그 기업이 처한 상황에 달려 있다고 하겠다. 기업의 規模가 적을 경우 경영자 자신이 책임을 지고 소극적인 반응을 보이지만 대기업의 경우 광범한 사회의 기대에 부응하는 윤리적이고 나아가 자유재량적인 책임을 지며, 적극적이고 能動的인 전략을 동원해야한다.¹⁶⁾

3. 社會的 責任에 대한 論爭

(1) 企業의 社會的 責任에 反對하는 見解

밀튼 프리드만(Milton Friedman)은 경영자가 가지고 있는 책임은 오직 단 한가지 주주의

16) 李 漢鈞, 前掲書 p. 112

利益極大化이라고 주장한다.¹⁷⁾ 이것은 아담스미스의 이론을 계승하는 것으로 오직 이윤 추구만이 기업의 행동 목표라고 주장한다. 이들이 주장하는 根據는 다음과 같다.

첫째, 기업의 본질적 機能 遂行이 沮害된다. 사회적 책임을 우선으로 하면 1) 경제적인 效率과 이익이 낮아진다. 2) 국제간의 수지균형을 악화시킬 우려가 있다는 것이다.

둘째, 기업에 지나치게 많은 權力을 부여하게 되므로 다원사회가 위협을 받을 가능성이 있다. 권력이 기업이나 또는 특정기관에 집중되면 다원사회가 崩壞될 가능성이 높기 때문에 기업의 사회적 介入을 오히려 憂慮한다는 것이다. 따라서 기업이 사회적 책임을 수행하는데에는 사회적 合意를 통하여 공감대를 넓히는 것이 중요하다.

셋째, 사회적 책임수행에 대한 責務가 不確實하다. 사회적 활동에 대한 직접적인 책임이 없는데도 또한 참여가 허락되지 않음에도 불구하고 기업으로 하여금 社會問題에 대하여 책임을 지도록 하는 것은 모순이다.

넷째, 기업이 效果的으로 사회적 이슈를 처리할 수 있는 能力이 不足하면 책임수행에 과도한 비용이 소요된다. 企業家들은 생산, 마케팅, 회계, 재무, 컴퓨터분석, 인사관리 등에 대하여는 잘 알고 있으나 도시문제, 인종간의 갈등, 세계의 기아문제, 십대들의 藥物中毒 등에 대하여는 어떻게 대처해야 효과적인지 잘 모른다. 그 이유는 사회문제를 해결하는데 거의 경험이 없거나 訓練을 받지 않았기 때문이다. 이런 사회문제의 책임을 그들에게 轉嫁한다는 것은 크게 잘 못된 것이다. 오히려 정부나 다른 기관들이 수행할 때 보다 効果적일 수 있다.

(2) 社會的 責任에 贊成하는 見解

케인즈, 드라카 등은 다음 두가지 基本的인 다른 見解를 바탕으로 사회적 책임을 主張한다.¹⁸⁾

첫째, 산업사회가 기업의 대규모화 함에 따라 광범위하게 인간 및 사회 문제에 直面하게 되었다.

17) Milton Friedman, "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits," *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.

18) Thomas A. Petit, *The Moral Crisis in Management*, New York: McGraw-Hill, 1967, p. 58.

둘째, 경영자들은 기업을 경영함에 있어 적어도 이 문제를 해결하는 方案으로 경영에 임하여야 한다.

그러나 경영자입장에서 과연 일반인들이 사회적 책임으로 무엇을 要求하는지 알 수 없어 기업을 난처하게 만든다고 할 수 있다.¹⁹⁾

이들이 주장하는 論據는 다음과 같다.

첫째, 기업은 사회에서 발생하는 문제들을 사회문화적 規範의 次元에서 수용해야 된다고 보는 것이 규범적 관점이다.

1) 기업은 사회문화적 규범을 수용해야 한다.

2) 사회문화적 규범은 기업의 사회적 책임수행에 道德的 의무를 부과한다. 그러므로 기업은 도덕적 의무와 倫理的인 규범을 우선적으로 고려하면서 기업의 경제적 목표를 성취해야 한다.

3) 기업은 사회문제 해결에 유용한 資源을 보유하고 있다. 기업에는 관리적 능력, 직능적인 전문성, 자본이라는 자원이 실질적으로 집결되어 있다고 사람들은 생각하기 때문에 이런 資源을 이용해야 한다는 것이다.

4) 책임과 권력이 均衡을 이룰 수 있도록 하기 위해 기업은 사회적 책임을 성실히 수행해야 한다. 모든 組織에는 責任의 鐵則이 隋伴된다. 책임의 철칙이란 장기적인 관점에서 책임질 것을 생각지 않고 권력을 이용하는 사람은 권력을 잃게 된다는 것이다.

둘째, 기업이 사회적 책임을 遂行하면 利點이 있다고 보는 것이 실질적인 관점이다.

1) 사회적 책임의 수행은 기업의 長期的인 利益과 관련이 있다. 사회적 프로그램을 위해 지출하는 비용이 때로는 기업에게 負擔이 되는 것도 사실이나 사회적인 프로그램을 행하므로서 우호적인 사회환경이 조성되면 장기적인 觀點에서는 기업의 利益이 增進된다.

2) 주주의 이익을 위해 기업가들은 사회의 特定한 활동에 참여해야 한다. 기업가들은 特定活動을 支援하는데 개입하면 개입할수록 이익창출을 위한 기회가 많이 개발된다고 믿고 있다.

3) 公衆 이미지 개선과 關聯이 있다. 기업의 이미지 개선은 기업에 대한 일반인의 태도를 好意的으로 바꾸는데 중요한 구실을 하므로 기업의 이익에 미치는 影響도 크다. 그러나

19) R. Joseph Monsen, *Business and the Changing Environment*, New York : McGraw-Hill, 1973, p.111.

사람들의 기업에 대한 이미지는 일반적으로 우리나라나 미국이나 마찬가지로 좋지 않은 것으로 밝혀지고 있다. 더구나 이런 나쁜 이미지는 쉽게 改善되지 않으며 오래 지속 된다는 문제점이 있다. 기업이 어떤 문제를 야기하는 경우 대부분의 企業 批評家들은 우연한 사건조차도 기업의 불성실한 措置때문에 나타난 것으로 보고 있다.

셋째, 기업이 目的을 追求하다 보면 관리적인 측면에서 사회적인 책임을 소홀히하여 기업에게 賦課되는 문제가 발생하는데 이에 대비하여 적극적으로 豫防하려는 것이 전략적인 관점이다.

1) 정부의 規制를 回避 또는 抑制하기 위해서 기업은 적극적으로 사회적 책임을 수행할 필요가 있다. 정부규제를 방지할 수 있는 가장 좋은 방법은 기업이 自發的으로 사회적 책임에 적극적으로 參與하는 것이다.

2) 豫防이 치료보다 낫다는 것이다. 만일 기업이 현재 존재하는 사회문제를 다루지 않고 미룬다면 이런 行爲 자체가 사회적인 災殃을 없애버릴 기회를 앗아가는 것이 된다.

(3) 贊反論에 대한 評價

사회적 책임의 반대론에 대한 論理에 상당한 의문이 提起되는 이유는 다음과 같다.

첫째, 영리원칙에 의한 기업의 사적 利潤의 보상논리에 대한 타당성이 의문시되고 있다. 기업은 사회를 構成하고 있는 하나의 조직 또는 기관이라고 볼 때 조직간의 相互依存的 관계를 설명하는 시스템논리에 의해 신빙성이 없어지고 있다. 그 이유는 모든 조직이 상호의존적 관계에서 각기 고유한 활동을 追求할 수 있는 것이지 사회제반조직의 관계를 경시하면 기업의 영리활동은 많은 制約을 받기 마련이다.

둘째, 기업에 지나치게 권력을 많이 附與하면 민주주의의 다원사회가 崩壞될 가능성이 있다고 하나 만약 이렇게 되면 필연적으로 정부가 개입하지 않을 수 없다. 모든 公益을 구현하기 위해 統制, 調整, 管理하는 주체인 정부가 기업권력의 비대화로 病幣現狀이 일어나면 정부는 이에 대한 대안을 마련하는 것은 당연하다. 즉 사회문제를 도외시한 기업의 활동은 오히려 정부의 개입을 초래하여 자유경제체제의 秩序를 무너뜨리는 원인이 된다. 그러므로 기업의 사회적 책임은 기업과 사회의 同時 最適化를 꾀하는 것이지 오로지 기업의 사회적 책임만을 강조하는 것은 아니다.

이것을 표로 정리하면 <表 II-1>와 같다.²⁰⁾

<表 II-1> 企業의 社會的 責任의 論爭

贊 成	反 對
1. 개인과 마찬가지로 기업도 시민이다. 2. 기업은 문제를 야기시키므로 해결에 도움을 주어야 한다. 3. 기업조직은 사회를 도울 수 있는 거대한 조직이다. 4. 기업, 정부와 공공단체는 사회구성원의 일부이다. 5. 사회적 책임에 관한 논쟁은 논리적으로 반박받을 수 있다.	1. 사회적책임은 이익을 감소시키고 기업 존립의 실제이유에 반한다. 2. 사회적 책임은 기업에 지나친 권력을 부여한다. 3. 기업은 그들 행동 결과에 책임이 없다. 4. 기업은 사회적 책임에 응답할 전문적 지식이 부족하다. 5. 기업에 그들이 지출하는 방법과 이익과의 충돌이 있을 수 있다

III. 企業設立 財團事業과 社會的 責任과의 關係

1. 社會的 責任과 企業財團 모델

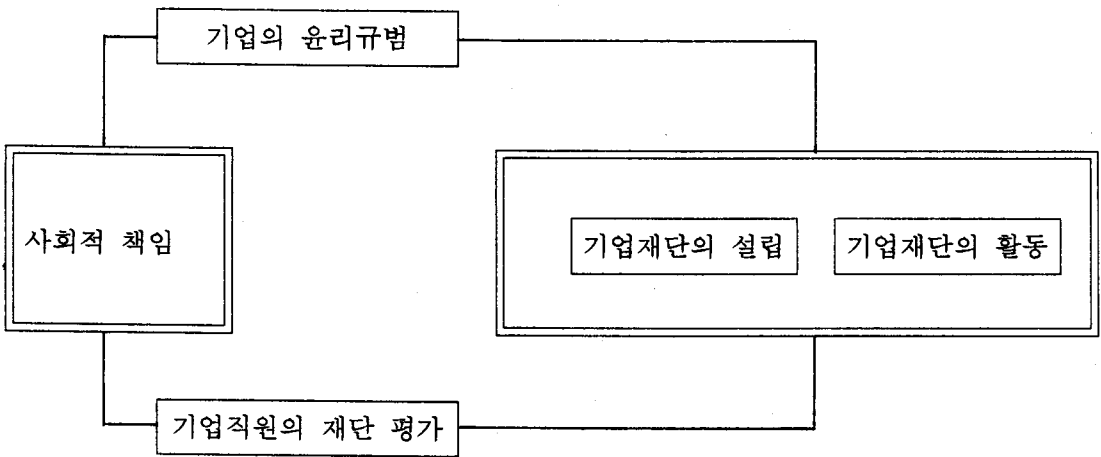
사회적 책임과 企業財團 모델은 기업이 사회적 책임을 완수 하기위해 어떠한 의사결정을 할 것인가를 살펴보는 모델이다. 사회적 책임의 인식도는 직원들의 기업재단에 대한 평가가 어떠한가에 따라 影響을 받고 또 기업의 윤리규범에 대한 직원들의 평가가 肯定的일 수록

20) Van Fleet, *op.cit.*, p. 77

사회적 책임이 높을 것이라고 가정 함으로서 사회적 책임에 의한 企業 行動이 相互作用하고 있다는 것을 강조 하는 것이다.

이들의 관계를 <그림 III-1>로 나타내 보았다.

<그림 III-1> 社會的 責任과 企業 財團 모델



<그림 III-1>에서 上端의 기업의 倫理規範은 사회에서 기업이 지켜야하는 윤리적인 문제로서 이것은 사회적 책임이행에 바로 영향을미치는 반응함수(Reaction Function)라고 할 수 있다. 즉 企業은 사회의 반응에따라 기업이미지를 관리하는 입장에서 대 公衆關係(Public Relations)를 유리하게 강화할 필요성이 강조되고 있다. 이것은 기업이 文化的 사업에 관심을 가지고 後援하거나 言論에 진출하려고 하는 企業 이미지 弘報에 관심을 가지는 理由이기도 하다.

여기에서의 核心的인 關心은 기업의 직원들이 과연 기업의 이미지를 고양하기위하여 사회적 책임에 關心을 갖느냐하는 것이다. 그리고 그러한 관심이 기업재단을 설립하는데 影響을 미쳤다고 생각하는 가이다.

그림의 하단에 나타난 部分은 기업재단을 바라보는 시각이다. 기업의 직원들은 기업 재단이 기업주 재산의 逃避處로 생각할 것인가가 주요 관심사이며, 일반적으로 기업주들은 세금의 회피 수단및 個人 財産의 은닉처로서 기업재단을 활용해왔다는 否定的 視覺이 澎湃해 있는 만큼 이 모델을 통하여 糾明되어야 할 부분이다. 이것은 기업의 사회봉사가

세금에 크게 影響을 받는다는 것으로 그 규모와 내역이 세제에 크게 영향을 받기 때문이다. 기업의 사회봉사의 직접적이고 구체적인 수단인 기부금은 法人稅法과 조세감면규제법의 적용을 받는다.

사회봉사활동의 管掌 부서는 총무부, 기획실, 홍보실 순으로 나타났는데, 특히 홍보실이 寄附行爲를 관장하는 것은 사회봉사활동의 참여 동기가 기업 이미지 제고라는 사실과 일치하기 때문이라는 것이다.²¹⁾

2. 假說의 設定

企業財團에 관한 지금까지의 연구의 대부분이 記述的이거나 規範的이어서 기업재단을 바라보는 시각등에 대한 과학적 檢證이 微弱하였다. 본 연구에서는 기업재단을 평가하는 시각을 살펴봄으로서 이미 研究되어 왔던 사회적 책임과의 연관성을 규명하려는 것이다. 따라서 각각의 要因別로 변수들을 정리하고 이들의 설명력을 검증하여 변수와의 관계성을 분석하여야 한다. 특히 직원들의 재단에 관한 평가를 基礎로하여 과연 어떤 변수가 판단에 큰 영향을 미치는 지를 분석함으로써 인식도를 규명할 수 있는 根據로 삼고자한다. 또한 요인들의 相互 關係를 경로로 추적하여 봄으로서 재단설립과 사회적 책임의 인식도를 설명하고자 한다.

가설이란 理論的 연구와 좀 더 구체적인 상황에서 행한 조사 자료와 비교하기 위하여 選定하는 理論的 陳述이라고 할때 다음을 설정하였다.

〈가설 1〉 職員들의 企業財團에 대한 평가가 肯定的일수록 사회적 책임의 인식도는 높을 것이다.

기업의 사회봉사를 수행하기위해 기업 재단을 설립하게되므로 社會奉仕를 어떻게 評價하느냐가 매우 중요한 단서이다. 몇가지 현상학적으로 나타난 문제점을 중심으로 살펴보면 企業의 사회봉사활동에 대하여 기업과 사회간에 認識의 격차를 보이고 있다는

21) 朴 尚用, "韓國企業의 直接社會奉仕", 『韓國企業과 關聯財團의 사회봉사활동』, 韓國長期信用銀行, 1991, p.15

점이다. 기존의 연구를 보면 기업이 사회봉사 활동에 參與하게 된 동기로서 순수봉사가 64.4%를 차지하고 있다. 이에반해 기업활동에 직접도움을 주기위한 것은 12.7%로서 純粹봉사가 압도적이다. 그러나 다른 研究의 결과를 보면 응답자의 70%가 기업의 사회봉사 활동이 자기 그룹의 이미지를 좋게하기 위한것으로 인식하고 있고 20%가 세금감면의 혜택을 받기위한 것으로 보고 있다.²²⁾

이것은 직원들의 기업재단의 평가에대한 肯定度가 사회적 책임의 인식도와 관련이 있다는 것을 類推할 수 있다.

〈가설 2〉 기업의 倫理規範에 대한 評價가 긍정적일수록 사회적 책임의 인식도는 높을 것이다.

한국사회에서의 기업에대한 批判은 한편으로는 긍정적이지만 한편으로는 부정적인 심리가 강하다. 기업에대한 反撥心理를 산업화 과정을 겪어온 자본주의 국가에서일어나는 觀點과 한국사회에서 일어나는 관점은 다음과 같다.

첫째는 産業化에 따르는 여러가지 사회적 문제는 기업의 利潤追求라는 속성과 관련이 있고, 이것을 기업의 탐욕적 이윤추구의 결과라고 보는 것이다. 더욱이 우리 현실에서 부동산투기, 정치권력의 밀착, 뇌물수수, 脫稅, 불공정거래, 재벌의 經濟力集中 등의 사회적 문제들이 기업과 關聯性이 높다는 점이 기업을 부정적으로보게 한 직접적인 원인이 되고 있다.

둘째는 기업에대한 大衆의 期待가 기업의 능력을 넘어서 上昇하는 것이다. 이것은 기업에대한 비판적 시각이 보다 커가고 批判의 소리가 보다 커지고 있다고 할 수 있다는 것이다.

셋째는 기업을 비롯한 教育界, 국회, 정부, 軍 심지어 종교계까지 부도덕성에 대한 비판이 널리 일어나게 된 점이다. 일반의 시각은 사회지도층이 자신들 집단의 利益에만 몰두 한다는 것이다. 이 가운데도 기업가들이 일련의 사건에서 중심적인 역할을 함으로 말미암아 일반 대중의 기업에대한 불신감이 더욱 높아지게 되었다.

22) 韓正和, “企業의 社會奉仕活動”, 「韓國企業과 關聯財團의 社會봉사활동」, 韓國長期信用銀行, 1991, p.25

네째는 기업 권력이 私的 利益을 위하여 자의적으로 사용될때 이에대한 반작용으로 기업에대한 비판이 야기된다. 자본주의 사회에서 기업은 사회가 요구하는 기본적인 역할을 成功的으로 수행해온 결과, 기업에 社會的 資源이 집중하게 되었고, 資源의 사용과 부의 축적을 통하여 영향력이 增大되어온 기업은 사회의 지배적 권력집단이 되었다. 기업권력의 濫用은 사회적 비판을 초래하게 된다.

다섯째 言論 媒體가 기업에 대하여 지나치게 비판적이기 때문에 일반의 인식이 否定的이다는 지적도 있다.

〈가설 8〉 기업재단을 통한 사회적 책임의 履行을 긍정적으로 평가할 수록 사회적 책임의 인식도는 높을 것이다.

한편으로는 대기업의 出捐에 의한 재단에대한 긍정적인 견해인데, 이것은 한국의 대기업이 1960년대이후 급소한 경제성장과 더불어 축적된 부를 사회에 환원하는 방법으로 재단설립을 시작하였다는 견해이다. 이것은 기업 출연 재단의 활동이 公共福祉增大에 寄與할 수 있다는 것으로, 만족할 만한 수준은 아닐지라도 재단의 운영이 적절히 이루어 진다면 사회전반의 공익증대에 이바지할 수 있다는 긍정적인 평가에 기인한다.²³⁾

〈가설 4〉 기업재단을 稅金逃避手段으로 본다는것에 肯定的으로 평가할 수록 사회적 책임의 認識度가 높을 것이다.

기업 재단에대한 否定的인 視覺으로 형식적이며 실질적이지 못하다는 것이다. 이것은 한국의 대기업들과 재벌들은 지난 30년동안 축적된 부를 세대에 걸쳐 계속 유지하기 위한 手段으로 재단을 설립하여 相續, 贈與稅를 절약하면서 축적된 부를 자손들에게 넘겨주는 합법적인 수단이라는 것이다.²⁴⁾

이 부정적인 시각을 뒷받침하는 증거로 稅制 惠澤을 들 수 있다.

23) 鄭 求鉉, "公益財團의 社會奉仕活動", 『韓國企業과 關聯財團의 社會奉仕活動』, 韓國長期信用銀行, 1991, p.46

24) 前揭論文, p. 46

한국의 상속세법에 따르면 공익사업을 목적으로하는 재단에 출연되는 재산에 대하여는 상속세가 면제되며, 재산을 寄附받은 경우에도 2년 이내에 기부받은 재산을 정해진 목적에 사용하는 경우 贈與稅를 면제 받고 있어 기업출연 재단의 稅制 關聯 惠澤은 대단히 크다. 또한 법에 의해 재단의 운영이 재단 출연자와 특수관계에 있는 사람들에 의해 運營됨으로써 기업 출연 재단이 본래의 목적과는 달리 축적된 부의 世代間 移轉과 지배를 위한 手段으로 사용 된다는 것이다.²⁵⁾

또한 한국 기업의 행태가 跋行的이고 탈법적인 면이 많은 현실에서 기업의 사회 봉사활동은 기업의 부정적 이미지를 緩和 시키고자하는 의도이거나 사회적 비판을 謀免하고자하는 것이다. 기업이 자기 만족이나 僞善的 欺瞞行爲로 까지 보는 시각을 말한다.

3. 質問紙 蒐集과 處理

기업재단이 설립된 대기업 11개를 選定하고 각 기업의 직원들에게 無作爲로 200개의 질문지를 配付하였으며 회수된 132개를 기초로 분석하였다.

우편조사 방법을 택하였으며 강릉대학교에 설치된 VAX 8350 System을 사용, SPSS 패키지를 活用하여 처리하였다.

4. 測定

측정은 計量化하기 위해 각 變數를 Likert의 5점 尺度를 사용하여 질문하였으며 變數의 操作 상태는 <표 III-1>와 같으며 이것을 要因分析하여 정리하면 <표 III-2>와 같다.

25) 前掲論文, p. 31

〈표 III-1〉 調查對象變數의 內容과 操作的定義 및 該當 問項

變數	變數內容	操作的定義	問項
〈 X5 : 社會的 責任의 認識度 〉			
A1	이행수단	책임의 이행수단으로 재단설립	2
A2	責任인식	책임인식 기업은 재단설립과 사업에관심가져야	3
A3	책임이행 容易	재단을 통해 용이하게 이행	13
〈 X1 : 기업재단에대한 認識背景 〉			
B1	높은 관심도	재단사업활성화에대한 관심도 높음	4
B2	이익의 社會還元	기업재단을 통한 사회개량과 복지향상	5
B3	전통적배경	재단복지사업은 사회봉사의 전통적사업	15
〈 X2 : 기업의 倫理규범에대한 評價 〉			
C1	영리및부의축적	사회적 비판초래	20
C2	이미지개선	公衆의 기업이미지 改善 효과	21
C3	인식전환	기업가의 인식전환 필요	22
C4	규범과 가치수용	현대 윤리개념은 責任 要求	23
〈 X3 : 기업재단을 통한 社會的 責任의 이행 수단 〉			
D1	기업재단설립	설립운동만이 이행 수단	7
D2	필수이행수단	사회적 책임이행의 必須 수단	10
D3	복지행복증진	궁극적인 수단	11
D4	사회환경개선	환경개선을 위한 사회봉사실천 수단	16
〈 X4 : 稅金減免手段으로써의 기업재단 〉			
E1	세금감면	재단의설립목적은 세금감면	14
E2	稅金回避수단	기업 재단의 설립은 세금회피수단	17
E3	재산의 逃避處	기업재단은 개인재산도피처	19

<표 III-2> 기업재단 설립과 사회적 책임의 認識要因 적재표

문항	변수 내용	요인 1	요인 2	요인	요인4	요인5
	要因化	세금 감면	이행 수단	윤리 규범	인식도	인식 배경
17	기업재단설립은 세금회피수단	0.90				
14	기업재단설립은 세금감면이목적	0.80				
19	기업재단은 재산의 도피처	0.77				
10	이해를 위한 필수 수단		0.76			
11	國民福祉와 幸福 增進 수단		0.68			
16	사회봉사의 필수이행 수단		0.62			
7	재단설립만이 이행 수단		0.41			
23	기업가의 사회규범과 가치수용			0.84		
22	企業家 인식전환필요			0.76		
20	營利 追求에 대한 비판			0.40		
21	공중이미지 改善			0.52		
3	사회적 책임의 인식				0.68	
2	사회적책임 移行 手段				0.62	
13	사회적 책임의 이행 용이				0.37	
4	재단사업 活性化에 대한 關心度					0.69
5	이익의 사회환원은 福祉 向上					0.62
15	재단의 福祉事業은 전통적 배경					0.44
	고유값	4.73	2.66	1.67	0.93	0.79
	분산의 백분율	40.0	22.5	14.2	7.9	6.7
	누적 백분율	40.0	62.6	76.7	84.7	91.4

IV. 調查結果의 分析：假說檢證

1. 기업재단및 倫理意識 評價와 사회적 책임의 認識度와의 관계

직원들이 기업재단을 어떻게 평가하는가에 대한 事項과 윤리적 평가를 사회적 책임과 연결하여 單純相關關係로 인식도를 살펴보면 <표 IV-1>와 같다. <표 IV-2>에 나타난 바와

같이 사회적 책임의 認識背景에는 기업재단을 履行手段으로 보는 것과 税金減免의 手段

〈 표 IV - 1 〉 사회적책임의 평가와 인식도와의 관계

변 수	인식배경	윤리규범	이행수단	세금감면	인 식 도
인식배경	1.000				
윤리규범	0.046	1.000			
이행수단	0.481**	-0.039	1.000		
세금감면	-0.349**	0.119	-0.311**	1.000	
인 식 도	0.513**	0.197*	0.504**	-0.327**	1.000

* : $p < 0.05$ ** : $p < 0.01$

〈 표 IV - 2 〉 인식도에관한 회귀분석

독립변수	회귀계수(b)	표준오차(Se)	표준회귀계수(β)
인 식 배 경	0.29587	0.08108	0.29506**
윤 리 규 범	0.19711	0.06400	0.21346**
이 행 수 단	0.22808	0.05588	0.32400**
세 금 감 면	-0.10315	0.05202	-0.14841*
R^2	0.40506		
Adjusted R^2	0.38633		

* : $p < 0.05$ ** : $p < 0.01$

으로 보는 것이다. 이 세가지 변수는 서로 높은 상관관계를 보이고 있으나, 倫理規範에 대한 評價는 그다지 높은 관계를 보여주지 않음으로서 기업윤리의식은 사회적 책임이행에 큰 影響을 주지 못한다는 것을 알 수 있다. 특히 세금감면에 대한 평가는 이행수단 및 認識背景과 인식도에 대해 負(-)의 관계를 가짐으로써, 세금감면이 최종 목표가 되지 않음을 발견할 수 있다.

따라서 이것으로부터 <가설 1>과 <가설 3>이 採擇이 豫見되며, <가설 2>와 <가설 4>의 채택이 疑問視 된다.

2. 認識度에대한 假說 檢證

본 가설을 검증하기 위해 24개항의 質問을 要因分析하여, 要因化하고 5개의 변수로 압축하였다. 이것을 多重回歸分析함으로써 가설을 검증하면 다음과 같다.

가. 기업재단에대한 認識評價背景과 인식도에 관련된 가설

기업재단에대한 인식배경이되는 사항은 재단의 사업활성화에대한 높은 관심과, 재단을 통한 이익의 사회환원으로 社會改良과 복지향상및 전통적인 구난, 규휨정시를 理解하고 있는 가에 대한 것으로서 이것이 사회적 책임을 이행하는 인식배경으로 作用하는 것을 살펴보았다. 이 인식배경은 인식도와 높은 유의한 상관관계(0.513, $p < 0.01$)를 보임으로써, <가설 1>은 受容된다고 해석할 수 있다. 본 인식배경이 確固할때 기업재단을 통한 사회적 책임이행에 哲學的 背景을 제공한다고 볼 수 있다.

나. 기업의 倫理規範에대한 評價와 사회적 책임의 인식과 관련된 가설

이것은 기업이 營利및 부를 축적하는 것이 사회적 비판을 초래한다는 것과, 공중의 이미지를 改善하기 위해서는 기업재단이 必要하고, 기업가의 인식전환이 있어야 하며, 현대적 기업윤리개념이 책임을 要求하고 있음으로 기업은 규범과 가치를 수용할때 企業의 사회적 책임이 인식된다는 것이다. 기업은 기업윤리규범을 더욱 尊重하는 풍토가 되어야 할 것이며, 비 윤리적 기업행동은 사회적 지탄의 대상이 된다는 가설이다. 본 가설에 따는 변수의 相關關係는 인식도에대해 매우 낮고(0.197, $p < 0.05$), 回歸係數도 약하여(0.19711) <가설 2>는 棄却된다.

다. 企業財團이 사회적 책임의 履行手段이라는 가설

기업재단만이 사회적 책임의 이행수단이라는 것과, 必須手段이며, 窮極的인 실천수단임을 認識하는가하는 가설로 인식도와 높은 有意한 相關關係(0.504, $p < 0.01$)를 가져 <가설 3>은

수용된다.

이것은 기업이 사회적 책임을 이행하려할때 기업재단을 설립하여 사업을 수행하면 높은 效率性을 얻을 수 있다는 것이다.

라. 기업재단을 税金減免 및 財産 逃避手段으로 평가하여 사회적 책임과 正의 상관관계를 갖는다는 가설

지금까지 기업재단은 재산도피수단이요, 세금 감면 창구라는 否定的 社會 認識을 職員들이 評價할 때는 어떻게 보는 가에대한 것으로 이것을 사회적 책임의 인식과 連繫하여 보는 것이다. 그러나 이 가설은 사실상 負의 관계($-0.327, p < 0.01$)를 보여줌으로서 본 가설이 棄却됨을 나타낸다. 이것은 企業 内部의 職員들은 기업재단의 설립을 税金回避手段이나, 財産의 逃避處로 보지 않는다는 것을 뜻하며, 正當한 사회적 책임의 履行手段으로 보고 있다는 것이다. <가설 4>는 棄却되며 따라서 기업의 職員들은 재단의 설립을 통한 사회적 책임의 이행을 매우 肯定的으로 評價하고 있음을 알 수 있다.

3. 追加的 分析

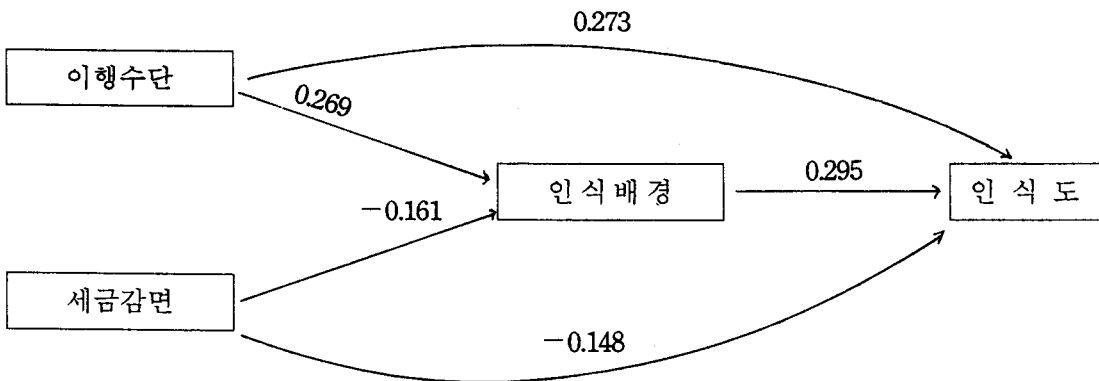
인식도에대한 회귀분석을 살펴보면, 税金減免에대해서는 否定的 回歸係數를 가지고 認識背景, 이행수단에대해 다같이 그리 높지는 않지만 有意한 표준화 회귀계수를 가짐으로 經路分析의 가능성을 높여주고 있다. 물론 인식배경은 채택되고, 윤리규범평가는 棄却되었으며, 이행수단은 肯定的인데비해 세금감면 수단으로 채택할 수 없음을 보여주어 경로계수를 檢討하면 <표 IV-3>와 같고, <그림 IV-1>과 같은 經路模型을 구성할 수 있다. 이 경로모형에서 R^2 가 높을수록 설명력이 크므로, 有意한 係數를 解析하면, 인식배경과 인식도에 否定的 經路係數를 가짐으로써, 기업재단 설립이 세금감면을 목적으로 한다는 인식이 뒤바뀌어야함을 보여주고 있다.

<표 IV-3> 社會的 責任과 認識度와의 經路係數

종속변수 독립변수	認識背景	윤리규범	이행수단	세금감면	인식도
인식배경		0.018	0.273**	-0.202*	0.295**
윤리규범	0.013		-0.112	0.164*	0.213**
이행수단	0.269**	-0.155		-0.106	0.324**
세금감면	-0.161*	0.183*	-0.086		-0.148*
인식도	0.322**	0.325**	0.358**	-0.202*	
Constant	3.83	4.77	8.38	13.7	1.301
R ²	0.351	0.092	0.342	0.189	0.405

* : p<0.05 ** : p<0.01

<그림 IV-1> 企業財團 評價와 認識度에대한 經路模型



V. 結 論

1. 研究의 要約

기업이 社會로 부터 요구되는 사회적 책임을 이행하기위해 기업재단의 설립이 활발하여

지고 있다. 사회적 책임이행은 기업에 대해 贊反의 양론을 가지지만 오늘날은 긍정적으로 평가되어 적극적인 사회적 책임의 이행이 切實하다고 인식하고 있다.

그러나 기업설립 재단을 바라다보는 視覺은 부정적인 견해가 많이 있어왔다. 왜냐하면 기업재단의 설립이 재산의 相續 및 合法的인 도피수단으로 널리 인식되어 왔으며 특히 稅制面에서 상당한 뒷받침이 되고 있음을 부정하지 않고 있다. 그럼에도 불구하고 기업 재단은 공익재단으로써 公共의 이익에 합치한 사업의 집행이 요구 되므로 사회적 책임의 인식도에 따른 사업활성화전략을 模索하려 하였다.

본 연구의 이론적 背景은 사회적 책임의 역사적 발전과 논쟁이 연구 되었으며, 기업의 이미지·관리등이 關心事 이었음을 파악하였다. 그러나 실증적 연구에서는 각 변수로부터 要因化되어 나타난 것을보면, 인식배경, 윤리규범평가, 이행수단, 세금감면, 인식도 등으로 壓縮하여 연구하였다.

본 연구의 결과 기업재단과 사회적 책임의 인식도를 把握하여볼때 윤리적 평가는 설명력이 없으며, 이행수단인 것에 肯定的이고, 세금감면이 인식배경과 인식도에 대해 否定的關係를 가짐으로써, 税金 逃避處로 기업재단을 評價하지 않고 있음을 알 수 있다.

2. 研究의 限界와 論議 方向

본 연구에서 檢證하고자 했던 이론적 가설이 채택되거나 기각됨으로써 변수의 의의를 明確히 設定할 수 있었으며, 요인화를 통한 변수의 압축을 試圖하였다. 그러나 본 연구는 질문 對象 母集團의 설정과 자료의 수집으로부터 분석에 이르기 까지 限定된 範圍를 구성하였으므로 한정적 결과가 도출 될 수 밖에 없다고 본다. 따라서 앞으로 논의 해야할 몇가지 문제점은 다음과 같다.

첫째, 實驗調查 방법이다. 질문지 구성에서 任意 羅列을 통해 요인분석 방법을 채택하였으나, 요인화의 의미가 명확하다고 볼 수 없다.

둘째, 標本 選定上의 問題이다. 기업재단을 설립하고 있는 대기업을 대상으로 한정하였다고 하나, 표본대상을 확대하여 一般化된 결론을 유도하여야 할 것이다.

3. 經營에의 應用

기업이 부를 集中化하면서 사회로부터 많은 비판을 받고 있다. 이러한 문제점을 극복하기 위해 기업은 재단을 설립하고 많은 사업을 통하여 사회에 환원함으로써 부의 집중화의 正當性을 제공하여야 한다.

본 연구는 사회적 책임이행을 통해 기업의 이미지 고양의 가능성을 살펴보았으며, 특히 기업내의 職員들은 기업재단의 설립을 통한 사회적 책임을 税金逃避等 부정적 시각으로 보지않고, 긍정적인 시각으로 평가함으로써 기업가들이 재단에 보다많이 出捐할 것을 기대하고 있다. 앞으로 기업의 경영정책은 보다 涵養된 기업재단의 사업 활성화를 통하여 기업에 대한 대내외적 평가를 肯定的으로 達成하여야 할 것이다.

參 考 文 獻

1. 經營能率研究所, 『한국의 50대 재벌』 경영능률연구소 출판부 서울, 1985
2. 公益法人研究委員會, 『公益法人의 基礎知識』, 東京, 1984
3. 『公益事業研究』, 제20권 (季刊), 제1호, 昭和43년 12월(通卷 제46호)
4. 權和燮, “資本主義의 道德的 危機” 『서강 Harvard Business』 한국경제신문사, (1984년 7월~9월)
5. 金植鉉, “企業과 그 社會的 責任”, 經濟技術調查센터편, 『기업의 사회적 책임과 새 경영이념』, 서울 : 전국경제인연합회, 1981
6. 大宇財團, 『事業報告書』, 서울, 각년도
7. 大韓商工會議所, 『우리나라 社會福祉政策의 推進方向』, 經濟研究叢書 187, 韓國經濟研究센터, 서울, 1989
8. 『斗山그룹史』, 서울, 1989
9. 每日經濟新聞, 『企業利潤財團 통해 社會 還元』, 1990. 11. 18.
10. 미셀 보, 金潤子 역, 『資本主義의 歷史』, 創作과 批評社, 서울, 1990
11. 朴奉植, “經營者의 社會的 責任과 의사결정에 관한 연구”, 『산업경제연구』, 4(1977.12)

12. 朴喆鎬, “企業의 社會的 責任에 관한 고찰” 『경북전문대논문집』 Vol.7, 1987
13. 『三一 文化財團三十年史』, 서울, 1989
14. 成圭擇, 『産業福祉論』, 박영사, 서울, 1987
15. 愼有根, 『企業과 社會』, 경문사, 서울, 1986
16. 『峨山財團十年』, 서울, 1987
17. 任建植, “獎學法人 運營實態에 관한 제문제”, 『산학협동』, 제68호, 재단법인 산학협동 재단, 서울, 1991.6
18. 임일동, “擴散되는 企業利潤 社會還元”, 『이코노미스트』, 제 173호, 1991.5.20
19. 財團法人 公益法人協會, 『日本の 公益財團'88』, 昭和 63年 (9188), 東京
20. 저스즌, C., 손기상 譯, 『人間 카네기』, 삼성문화재단, 서울, 1974
21. 全國經濟人聯合會, 『韓國의 企業財團 實態調書』, 서울, 1991.12
22. 全國經濟人聯合會, 『韓國企業財團總』, 서울, 1993
23. 鄭求鉉, “韓國의 非營利 公益法人 活動에 관한 연구”, 『산학협동』 제 67호, 재단법인 산학협동재단, 서울, 1991.3
24. 鄭基成, “公益法人의 事業類型과 開發戰略”, 『산학협동』, 제70호, 1991.12.30
25. 鄭基成, “우리나라 民間 公益活動의 歷史的 考察”, 『사회과학 연구』, 제 2 집, 강릉대 사회과학연구소, 1991. 12.
26. 鄭然鉉, “企業의 社會的 責任과 기업성원의 과업” 『동래여전논문집』 2, 83.11
27. 崔志雲, 鄭基成, “學術研究支援財團의 事業 活性化에 관한 연구”, 『사회과학연구』 제 1 집, 강릉대 사회과학연구소, 1990
28. 通産産業省, 『公益法人便』, 1989
29. 韓國經濟研究院, 『企業의 社會奉仕』, 서울, 1984
30. 韓國長期信用銀行, 『韓國企業과 關聯財團의 社會奉仕活動』, 산학협동심포지움, 1991.5.8.
31. 韓國長期信用銀行, 『韓國企業의 社會的 責任과 社會奉仕』, 산학협동연구시리즈 제 9 호, 1991, 서울
32. 韓基洙, “企業의 社會的 責任에 관한 실증적 연구”, 『산업과 경영』, 제 24권, 제 2호, 1987

1. Barnett,A.H.and J.C.Caldwell, "Accounting for Social Performance : A Survey." *Management Accounting*, Nov.1974
2. Buckley,J.W.,M.H.Buckly and Hung Fu Chiang, *Research Methodology and Business Decisions*, N.A.A.and SMAC,1976
3. Buter,R.Land William,C.C.,*Managing Voluntary and Non-Profit Organizations*, Rountledge,London,1990
4. Carroll, Archie B., "Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance," *Academy of Management Review*, Vol. 4. No. 4, 1974. pp. 497 - 505
5. Christensen.C.R.,and Andrews,K.RandBower,I.L.,*Business Policy*,Irwin,III,1978
6. Davis and Frederick,*Business and Society:Management,Public Policy,Ethics*,McGraw-Hill Book Co.,1986
7. Davis,Keith and Robert L. Blomstrom, *Business and Society : Environment and Responsibility*, 3rd ed. (New York : McGraw-Hill, 1975), p. 39.
8. Friedman, Milton, "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits," *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.
9. Gluek and Jauch,*Business and Strategic Management*, McGraw.Hill,N.Y.1980
10. Gluek,W.F.,*Business Policy and Strategic Management*, McGraw-Hill Book Co.,1982
11. Grunig,J.E., "A New Measure of Public Opinions on Corpportate Social Responsibility", *Academy of Management Journal*, 1979,Vol.22.No.4.
12. Hampton,D.R.,MANAGEMENT,McGraw-Hill Book Co.,1986Hay,R.D., "Social Auditing : An Experimental Approach," *Academy of Management Journal*,Vol.18,No.4.1975.
13. Hicks and Gullet, *Modern Business Management : A Systems and Environmental Approach*, McGraw-Hill Book Co.,1985
14. Jacoby, Neil H. , *Corporate Power and Social Responsibility*, Macmillan Publishing Co. Inc., 1973, pp. 191-193.
15. Keim,G.D., "Managerial Behavior and Social Responsibility debate : Goals versus Constraints", *Academy of Management Journal*, 1978,Vol.21,No1.
16. McGuire, Joseph W., *Business and Society*, New York : McGraw-Hill, 1963, p. 144.

17. McNichols, J., *Executive Policy and Strategic Planning*, McGraw-Hill Book Co., 1982
18. Monsen, R. Joseph, *Business and the Changing Environment*, New York : McGraw-Hill, 1973, p.111.
19. Ostlund, L.E., "Attitudes of Managers Toward Corporate Social Responsibility" *California Management Review*, Vol. XIX, no. 4, Summer, 1977
20. Petit, Thomas A., *The Moral Crisis in Management*, New York : McGraw-Hill, 1967, p. 58.
21. Schreuder, H., "Employees and the Corporate Social Report : The Dutch Case", *The Accounting Review*, Vol. LVI, No. 2, April, 1981
22. Sethi, S. Parakash, "Dimensions of Corporate Social Performance : An Analytical Framework." *California Management Review*, Vol. 17. No. 3, 1975, pp. 58-64
23. Sethi, S.P., "Dimensions of Corporate Social Performance", *California Management Review*, Vol. 7, No. 3, Spring, 1975
24. Shaplin, D., *Strategic Management*, McGraw-Hill Book Co., 1983
25. Steiner, G.A., *Business and Society*, 2nd, ed. New York : Random House, 1975
26. Sturdivant, F.D. and J.L. Ginter, "Corporate Social Responsiveness : Management Attitudes and Economic Performance" *California Management Review*, Vol. XIX, Spring, 1977