글_ **김용구**(기업책임을 위한 시민연대간사)

# CSR(Corporate Social Responsibility)을 바라보는 다양한 시각과 연황

윤리경영, 투명경영, 지속가능경영, 사회책임경영, 트리플바틈라인(Triple bottom line), 기업시민(Corporate citizenship, CC) 등 여러 용어가 CSR과 혼재되어 사용되어 왔지만, 기업경영에 사회적 가치를 통합하는 과정이라는 점에서 의미하는 바는 크게 다르지 않다. 다만 그것이 환경적 관점(환경의 지속가능성)에서 확대되어 온 것인지, 사회 · 윤리적 관점(법적, 사회적 책임)에서 발전되어 온 것인지에 대한 차이가 있을 뿐이다. 일반적으로 경제, 사회, 환경적 책임을 모두 포함하는 넓은 의미로 CSR은 인식되어 있다.

마찬가지로 CSR을 이해하는 데도 다양한 시각이 존재한다. 우선 주주의 관점에서 접근하는 전통적인 시각이 있다. 이는 철저하게 자유시장 경제의 룰을 충실히 따르는 것으로, 기업에 대해 독점적인 권한을 가지는 주주의 이익 극대화를 위해 기업 활동을 주력하는 것이 기업의 사회적 책임을 다하는 것이며, 결국 사회 전체의 부의 증대에 기여한다는 시각이다. 그래서 기업의 책임을 이윤의 일부를 자선 형태로 기부하는 행위 이상으로 생각하지는 않는다. 이런 관점에서 CSR은 사실 부담스럽고 성가신 존재일 수밖에 있다.

둘째, 이해관계자 접근 시각이다. 이는 기업을 둘러싸고 있는 제반 모든 이해관계자의 이해를 충족시키는 것을 CSR활동의 주된 요소로 인식하는 시각이다. 이는 기업이 모든 이해관계자들의 요구에 부응하기에는 불가능하다는 인식에도 불구하고 그들과의 정례화된 커뮤니케이션 채널을 통해 사회적 갈등을 감소시키고 해결해 갈 수 있다는 면에서 기업에 절실히 요구되고 있으며, 적지 않은 기업들이 그런 시각에서 CSR 활동을 전개해 가고 있다.

마지막으로 기업을 사회 구성원의 한 요소로 바라보는 사회구성원 접근 시각이다. 이는 사회 구성원으로써 기업은 기업이 속한 사회에 대한 권리와 의무가 있으며, 사회가 목표로 하는 바를 달성하기 위해서 기업도 어느 정도 기여를 해야 한다는 시각이다.
국제사회가 기업에게 사회적 책임을 요구한다는 것은 기업이 한 국가를 넘어서 국제사회에서 그 어떤 구성요소 보다 막강한 권력과 영향력을 행사하고 있다는 것을 반증하는 것이다. 따라서 기업이 그에 상응하는 역할 수행과 책임을 요구 받고 있는 것은 당연한 것이라 할 수 있다.

기업이 어떤 시각에서 CSR을 인식하던 미래의 '위험 관리'와 국제 경쟁력 제고를 위한 전략적 일환으로 CSR 활동을 확대, 전개해가고 있는 추세에 있다. 그 이유는 Nike사, 엔론, 월드컴의 사례에서 볼 수 있듯이 사회적 책임을 외면해서 기업이 위기에 빠졌던 네거티브한 사례가 너무나 확연히 드러났기 때문이다. 또한 기업들이 CSR 활동을 브랜드의 사회 친화력과 신뢰도를 높여 장기적으로 기업의 경쟁력 향상에 도움을 줄 수 있는 '미래 투자'라는 관점으로 인식하기 시작한 이유도 있다.

그리고 기업의 CSR 활동을 평가해 투자를 결정하는 사회책임투자(SRI) 펀드의 수익률이 일반 투자 수익률보다 장기적으로 더 높게 형성되고 있다는 점이 투자자들은 물론 기업들이 CSR 효과에 대해 품고 있는 불확실성을 불식시키고 기업들이 자발적으로 CSR 활동을 전개하는데 중요한 촉매제 역할을 했다고 볼 수 있다.