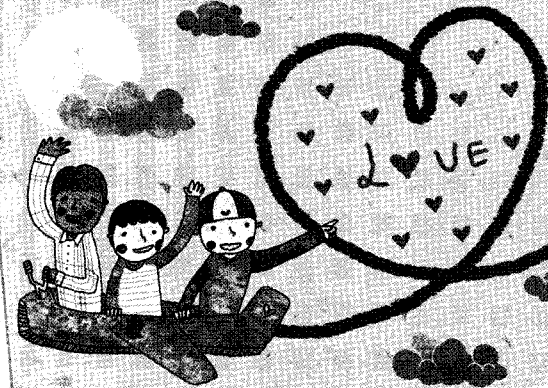


벤처의 사회공헌을 말하다

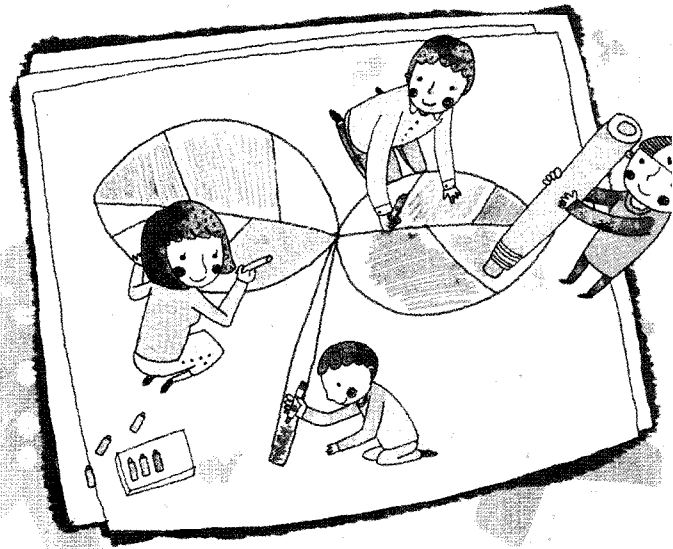
벤처기업협회는 2009년 벤처사회공헌백서를 제작하며, 온라인으로 벤처기업의 사회공헌 실태조사를 실시하였다. 지난 2004년도에 실시한 벤처기업들의 사회공헌활동 실태결과와 2009년도의 실태조사결과를 비교를 통해 우리나라 벤처기업의 사회공헌활동에 대한 변화추이를 살펴봄으로써 벤처기업인들과 일반대중들의 이해를 높이고, 향후 사회공헌활동의 척도와 전략을 개발하는 데 기초를 마련하기 위함이다.

* 조사 개요

- 조사 내용 : 벤처기업 사회공헌활동의 현황과 제도적 지원 방안에 대한 인식, 기업의 사회공헌활동이 기업에 미치는 영향에 대한 벤처기업인의 인식 등
- 조사 방법 : Web-based online 설문조사
- 조사 대상 : 벤처기업 임직원 및 CEO(응답기업 244개 기업, '04년도 174개 기업)
- 조사 기간 : 2009년 9월 ~ 10월 13일



* 2009년도 벤처기업 사회공헌 온라인 실태조사 결과



01

벤처기업 사회공헌활동 현황

응답 벤처기업의 일반적 특성

1. 직원 수

벤처기업의 고용규모에 있어서는 응답한 기업 중 92%가 100명 미만을 고용하고 있는 것으로 나타났다. 보다 구체적으로는 10~50명을 고용하고 있는 기업이 52%로 가장 많았고, 10명 미만의 종업원을 가진 기업이 25%로 그 다음을 차지했다. 이는 2004년도의 조사결과와 비교하여 볼 때, 종업원 수 10명 미만의 벤처기업들이 10명 이상으로 늘려감에 따라 벤처기업의 규모가 소폭 증가하고 있음을 보여준다.

2. 업종

설문에 응한 벤처기업들의 업종별 분포를 살펴보면, 신기술기업이 54%로 가장 많았고, 연구개발기업, 벤처투자기업 순으로 나타났다. 이는 2004년도의 분포와 비슷한 수준으로 분포되어 있다.

벤처기업의 사회공헌활동 현황

1. 창업 이후 사회공헌활동 참여 경험

창업 이후에 사회공헌활동에 참여한 경험이 있는가의 질문에 62%기업의 참여한 적이 있다고 답했다. 지난 2004년 35%의 미약한 사회공헌활동과 비교하여 많은 벤처기업이 사회공헌활동에 대해 관심을 가지고 참여하는 것으로 나타났다.

2. 사회공헌활동에 참여하지 않은 이유(2가지 선택)

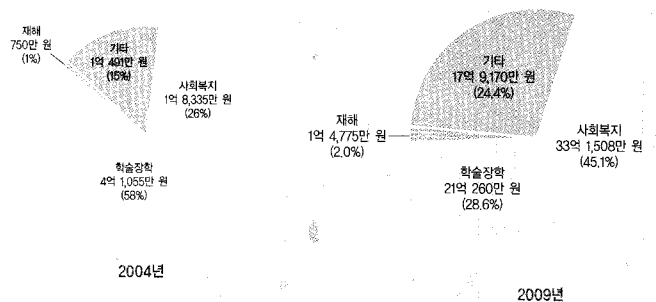
창업 이후에 사회공헌활동에 참여한 경험이 없다고 응답한 기업들에게 참여하지 않은 이유 2가지를 선택하도록 한 질문에는 경제적 여유가 없다는 이유가 52%에서 40%로 낮아지고 있으나, ▲기부대상을 모르는 경우, ▲사회복지 및 시민사회단체에 대한 불신, ▲사회공헌에 대한 필요성 의문에 대한 답변이 증가하고 있음을 보여주고 있다. 이는 사회공헌에 대한 벤처기업의 관심 증가에 비하여 사회공헌에 대한 믿을 수 있는 정보와 홍보가 부족함을 보여주고 있다.

3. 향후 사회공헌활동에 참여할 의향

향후 사회공헌활동 참여의사에 관한 질문에, 여건이 허락하면 참여하겠다고 답한 기업이 64.3%이고 반드시 참여하겠다고는 기업도 28.3%로 나타났다. 응답기업의 대부분인 90% 이상이 향후 사회공헌에 대한 의지가 있는 것으로 파악된다. 이는 벤처기업의 기본 정신인 나눔에 대한 보다 적극적인 의지의 표현으로 보이며, 벤처정신이 자리잡혀가고 있음을 보여준다.

4. 2008년 회계연도 사회공헌활동 분야 및 기부금액

(총 73억 5,713만 원)



조사에 응답한 벤처기업들은 2008년도 회계연도에 총 73억 5,713만 원을 사회공헌비용으로 지출한 것으로 집계되었다. 이는 조사된 기업의 수의 차이를 감안하더라도 5년 전인 2004년의 7억 631만 원과 비교하여 매우 큰 차이의 증가(약 10배)로 나타났으며, 활동분야는 '사회복지', '학술 및 장학' 등의 순으로 조사되었다. 이 분야에 대한 비중은 총 기부액의 약 74%를 차지하였다.

5. 사회공헌활동과 관련하여 관심을 갖는 계층이나 집단

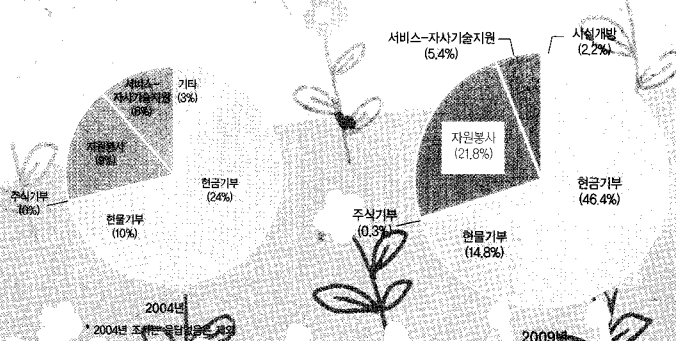
사회공헌활동의 특별 관심대상이 있는지의 여부를 보면, 77.2%의 기업이 '있다'고 답하고 있다. 이는 2004년도의 25%였던 것과 비교할 때, 사회공헌의 정체성을 찾는 데 노력을 기울여 왔음을 나타낸다. 주요 관심 대상으로 소년소녀가장이 32.4%를 차지했으며 노인, 소외계층, 장애인, 장학 등에도 15% 안팎의 비슷한 비중을 나타내 사회공헌활동의 대상에 골고루 관심을 보인다는 것을 알 수 있다.

6. 사회공헌 참여 방법

벤처기업들의 사회공헌활동 참여 방법을 살펴보면, 공익재단이나 모금기관을 통해 기부를 하는 경우가 2004년도의 19%에서 63.5%로 증가하면서 가장 많았고, 재단설립 등을 통한 직접참여는 비슷한 수준을 유지하였다. 이는 상대적으로 시간적, 경제적 여유가 부족한 벤처기업들에게는 전문 모금기관이나 사회단체를 활용하는 것이 가장 편리하고 효과적인 사회공헌방법으로 자리 잡았음을 알 수 있다.

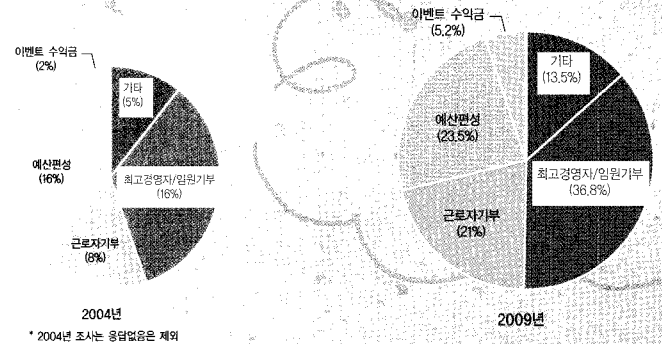
7. 사회공헌활동의 형태(해당되는 것 모두 선택)

벤처기업의 사회공헌활동 참여형태를 보면, 현금기부가 응답기업의 46.4%로 가장 많았다. 자원봉사가 21%, 현물기부가 15%, 서비스 및 자사기술지원이 5%여서, 비 현금기부와 현금기부의 비중은 비슷한 수준을 보인다. 이 부문에서 벤처기업의 현금기부의 비중이 크게 증가하고 있으며, 자원봉사의 비중이 매우 커지고 있음을 보여준다. 이는 벤처기업이 상대적으로 시간적, 경제적 여유가 부족함에도 불구하고 사회공헌에 대한 보다 적극적인 관심을 갖고 실천하고 있음을 보여주고 있다.



8. 사회공헌활동의 재원(해당되는 곳 모두)

벤처기업들은 사회공헌활동의 재원 조달 방법으로 CEO 및 임원의 기부에 36.8%, 기업내 예산 편성이 23.5%, 근로자의 기부로 재원을 조달하는 경우가 21%로 나타났다. 이 조사 결과는 벤처기업의 CEO와 임원의 사회공헌에 대한 관심을 바탕으로 벤처기업인 모두가 사회공헌활동에 긍정적인 생각을 갖고 있음을 나타내고 있으며, 2004년도에 비해 보다 많은 공감대가 형성되어가고 있음을 보여주고 있다.



9. 사회공헌활동 참여 동기(두 가지)

벤처기업의 사회공헌활동에 참여하는 동기에 대한 조사결과를 살펴보면, '사회에 대한 책임의식'이 지난 2004년의 13%에서 38%로 크게 증가하여, 최근 기업의 사회공헌활동과 사회적책임경영에 대한 관심이 크게 증가하고 있음을 보여준다. 또한 '어려운 이웃을 돕기위해서', '이윤의 사회환원', '회사의 이미지 향상을 위해서'라는 응답기업의 비중도 증가하였다.

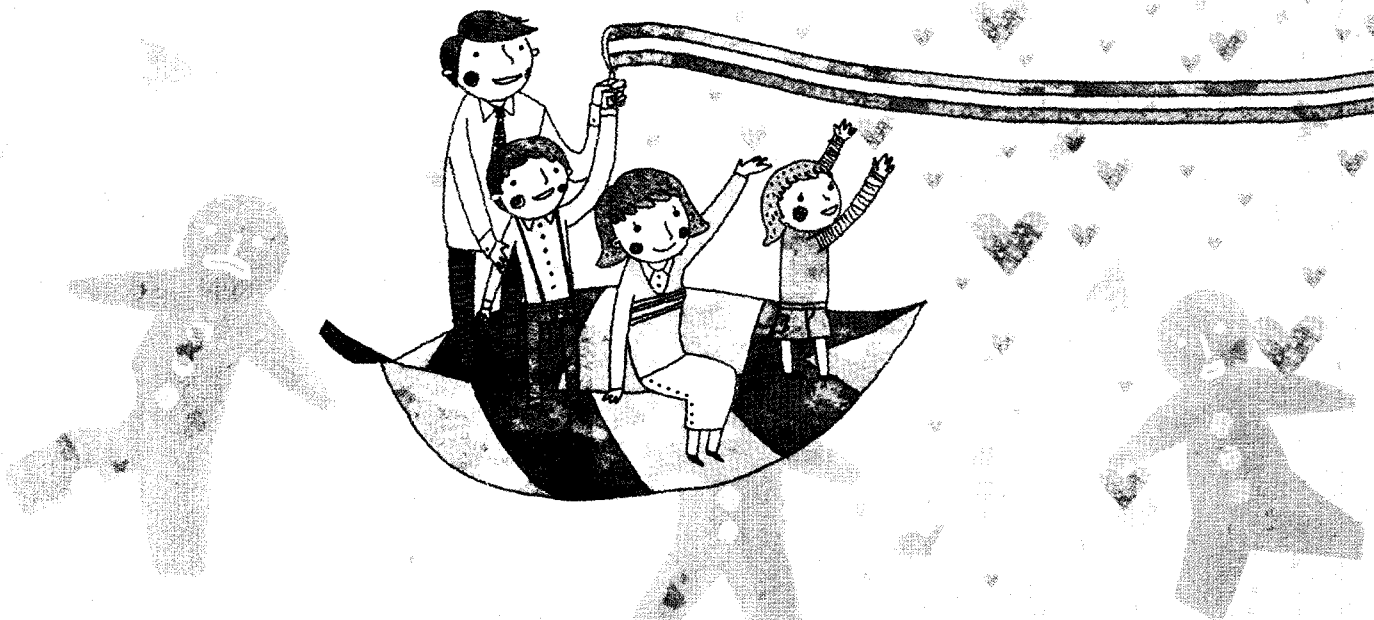
02

기업사회공헌 활동에 대한 벤처기업 CEO의 인식

응답 벤처기업 CEO의 일반적 특성

1. 성별 및 연령

본 조사에 응한 벤처기업의 CEO 중 남성이 89%로 대부분이었으나, 2004년의 95%보다 줄어들어 여성 벤처기업 CEO가 점차 증가하고 있음을 보여주고 있다. 또한, 연령은 40대 39%, 20~30대 29%, 50대 27%를 차지하고 있어 20대부터 50대까지 고루 분포되어 있음을 보여주고 있다.



2. 비영리기관에 기부 시 세제혜택에 대한 인지 정도

벤처기업 CEO들은 기부행위에 대한 세제혜택을 대부분 인지하고 있는 것으로 나타났으며, 설문에 응한 CEO들의 67%가 제도의 존재 정도를 알고 있고 자세히 알고 있다는 CEO도 19%에 달했다.

본 조사에 응한 벤처기업의 CEO의 사회공헌에 대한 의식조사 결과,

사회공헌활동은 기업 이미지와 브랜드 이미지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 생각하고 있었고, 직원의 사기진작이나 동기부여 등 주로 정서적인 부분에 있어서 중요한 역할을 하는 것으로 조사되었다. 반면, 사회공헌활동은 기업의 매출액이나 수익구조, 비용감소 등 기업 경영에 대한 직접적인 영향을 주는 지에 대한 설문에는 대부분 긍정적이나, 타 조사에 비하여 다소 영향이 적은 것으로 판단하고 있었다.

* 의식조사 결과

이번 사회공헌 설문조사는 지난 2004년에 조사된 결과를 바탕으로 지난 5년간의 사회공헌활동의 그 변화와 차이를 확인할 수 있는 매우 귀중한 자료로 활용될 것으로 보인다.

이번 조사를 통한 벤처기업 사회공헌활동 변화의 주된 내용을 정리하면,

- 지난 5년 동안 벤처기업의 규모는 안정적인 성장을 하고 있음을 보여준다(직원수, 매출액 등의 규모 증가).
- 벤처기업의 꾸준한 성장과 함께 나눔에 대한 관심과 참여가 적극적으로 이루어지고 있다. 사회공헌활동의 참여기업수와 기부금 액수의 조사결과를 살펴 볼 때, 참여기업 수는 2배, 기부금 액수는 10배 가까이 성장하고 있음을 보여준다. 이는 벤처기업의 나눔문화가 정착되어가고 있는 것으로 해석된다.
- 참여의 방법은 공익재단이나 모금기관을 통한 기부의 형태를 취하면서도 자원봉사를 통한 사회공헌활동에도 적극적으로 참여하고 있다.
- 사회공헌활동의 재원은 CEO, 예산편성, 근로자 기부 등 다양한 방법으로

이루어지고 있어 벤처기업을 비롯한 임직원 모두가 참여에 대한 공감대가 형성되어 있음을 보여준다.

- 사회공헌참여에 대한 동기는 사회공헌활동 참여가 기업과 사회구성원으로서 사회적 책임을 다하는 것이라는 의식이 자리잡아가고 있음을 보여준다.

결론적으로, 이번 사회공헌활동 설문조사를 통해 벤처기업의 사회공헌활동은 벤체나눔정신을 바탕으로 사회공헌활동을 사회적책임의 한 부분으로 인식하고 적극적인 관심과 참여가 이루어지고 있으며, 다양한 재원확보와 형태를 통해 벤체나눔활동을 실천하고 있는 것으로 조사되었다.

