

기업사회공헌 Trend와 사회적경제와의 파트너십

김도영

dykim99@nate.com

1. CSR에 대한 이해
2. CSR Trend
3. 최근 기업사회공헌의 특성
4. 기업의 사회공헌 전략 수립 시
주안점
5. 파트너십
6. Q&A

CSR에 대한 이해



What is CSR ?

초기 자유시장 이론

- 사회공헌은 자원의 비효율적 배분을 초래하며 주주가치를 훼손
- Milton Friedman “기업의 사회적 책임은 이윤을 극대화하는 것”

Stake Holder 이론

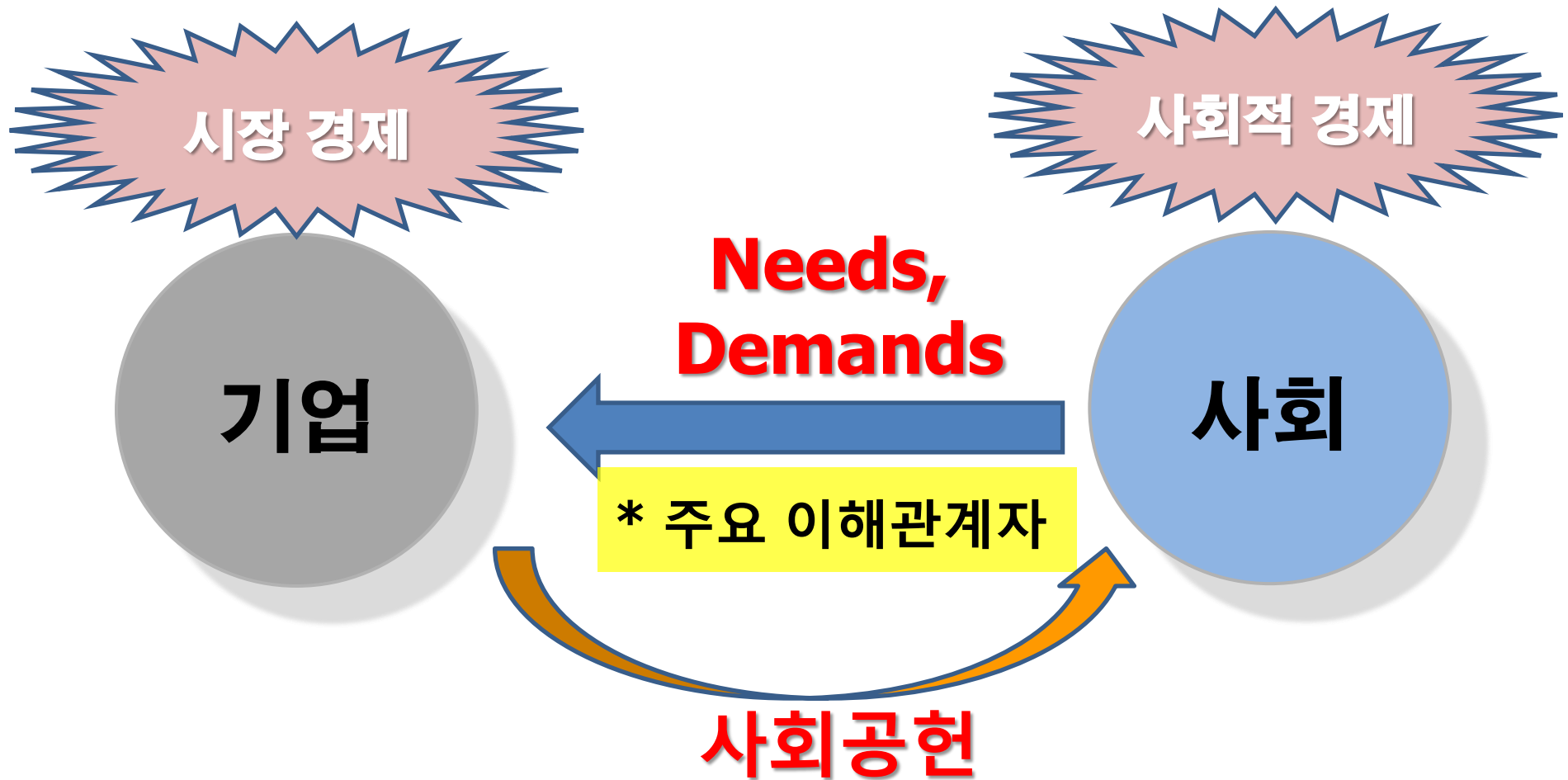
- 단지 주주가치를 극대화가 아니라, 다양한 이해관계자의 이익을 고려하여 일정 정도의 사회공헌이 필요
- M. Jensen “기업의 목적을 장기적 가치추구로 볼 때, 이해자들의 지지 없이 장기적·지속적 이윤 창출이 어려울 수 있기 때문에 다양한 Stakeholder의 이해 관계를 고려해야 함”

상품 차별화 이론

- 기업은 CSR 활동으로 착한 기업이라는 명성(Reputation)을 높이고 사회적 인정(recognition)을 받아 Brand 가치를 높임

기업 사회공헌이란?

❖ 이해관계자의 기업에 대한 사회적 요구를 충족시키는 활동이다.

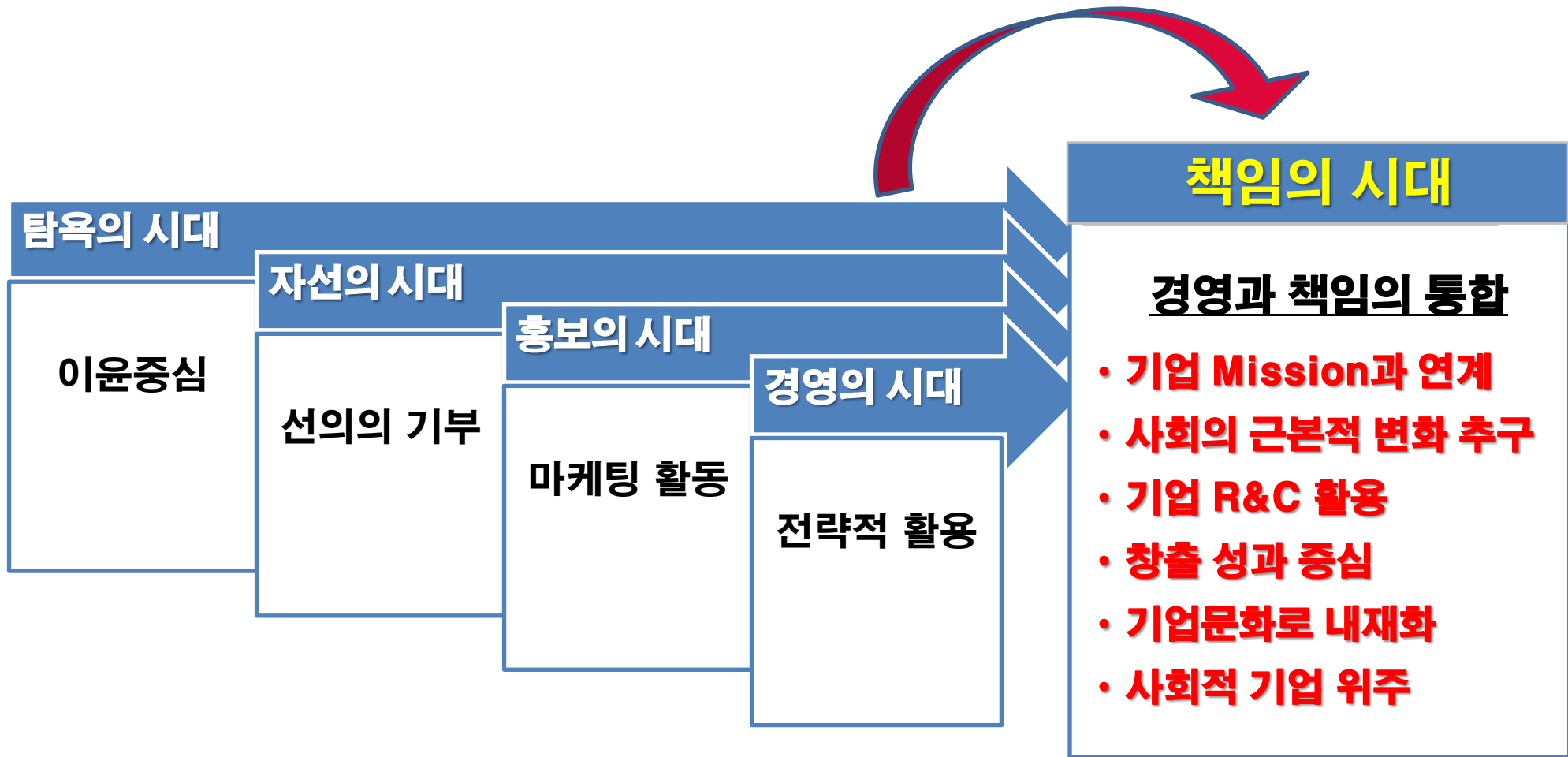


* 주요 이해관계자 : 주주, 소비자, 종업원, 지역사회, 언론, 정부, 환경, 시민단체 등

CSR Trend



CSR Trend의 변화



※ 웨인비서 (2011), "책임의 시대" 중 CSR발전 단계 요약 정리

CSR Trend의 변화

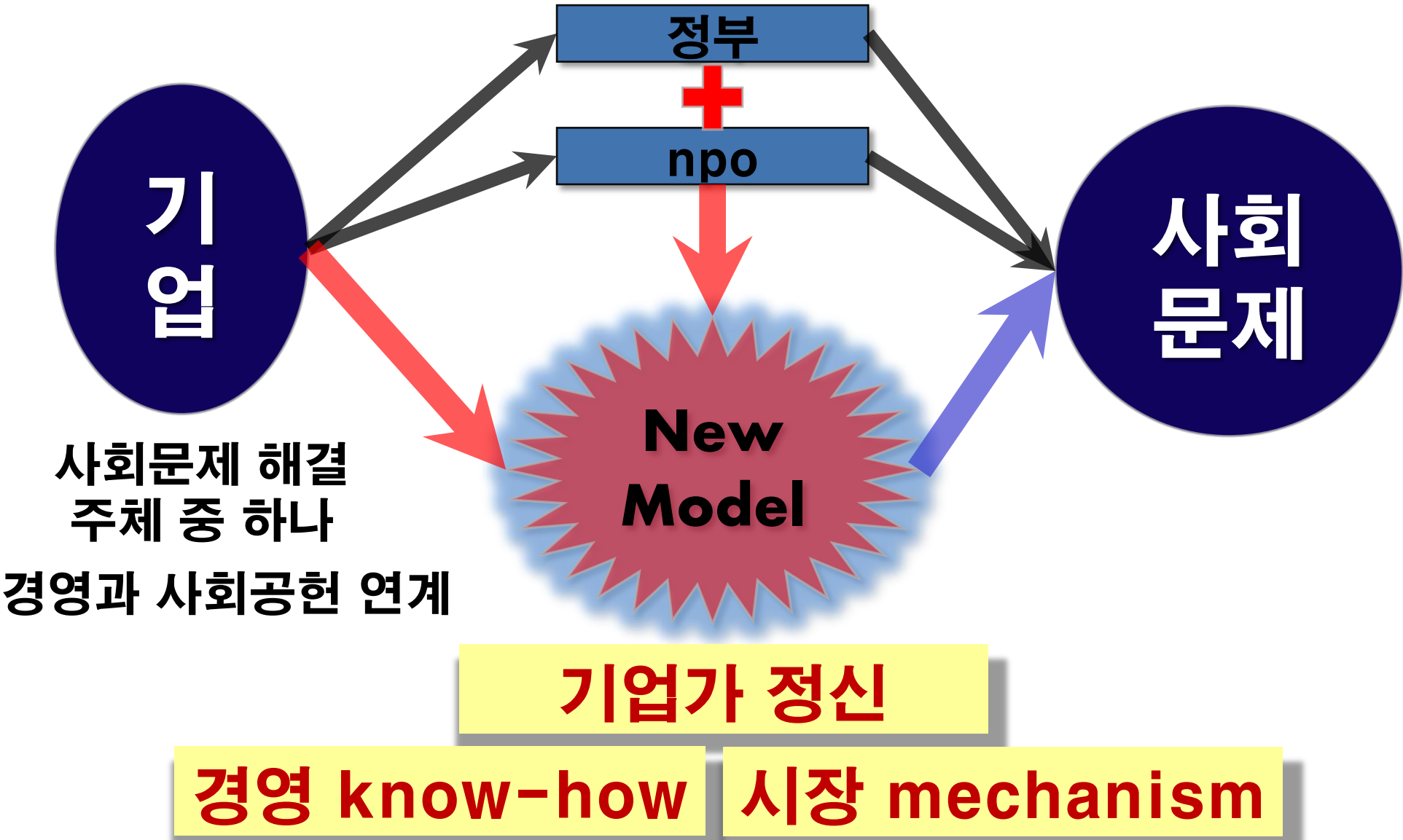
※ Lakin & Scheubel(2011: 52). 「Corporate Community Involvement」 재정리

	1단계	2단계	3단계	4단계
접근 방식	기업기부/자선	전략적 기부/자선	기업의 사회적 참여	사회가치경영
동기	일자리, 수익, 세금	이해관계자 관리	장기간 파트너십이 주는 사회적·상업적 이익	기업 이해관계, 이익 창출의 가치 재정립
CSR 실현 자세	도덕성 실천의 일환	자사의 이해와 연계	책임경영·지속가능경영의 기본	가치 창출을 위한 사회공헌 안목 선도
추진 요체	CEO의 취향과 선택	실행 지침 설정	기업의 핵심역량과 연계, 파트너십에 의해 추진	사업전략에 획기적 접목
선도단계	능동적이기보다는 여론, 사회 요구에 부응	특정 목표 범위 내 선택적 부응	사업과 연계하여 능동적으로 주도	사업기능에 통합 해당 산업계 아젠다 설정
CSR 수단	현금 또는 현물	현금, 현물 임직원 자원봉사	금전 자산 노하우, 핵심역량, 관리능력 등의 경영자원 임직원 자원봉사	금전자산, 경영자원 및 차세대 혁신적 실험 수단
CSR 조직구조	경영활동 본류와 분리된 구조	경영활동과 분리되어 있지만, 사업의 이해와 연계된 구조	부서 간 협력과 제휴가 가능한 유기적인 구조	주요사업 담당 조직과 통합 경영
담당자	불특정 관리자	CI [®] 담당 관리자, CSR 겸임 또는 전담 관리자	다른 부서들과 협력관계의 CSR팀	관련 사업 조직과 통합된 부서
지속가능성	일회성	특정 문제 분야에 한정된 지원	NGO와 장기적 파트너십 배양으로 사회공헌 능력 구축, 사회적 역량 입증	기업에 CSR을 체화시켜 지속가능한 발전 도모 주요 의사결정 담당
투명성	방어적 보완	공개 보고	외부 검증	포괄적, 독립적 회계감사

최근 기업 사회공헌의 특성



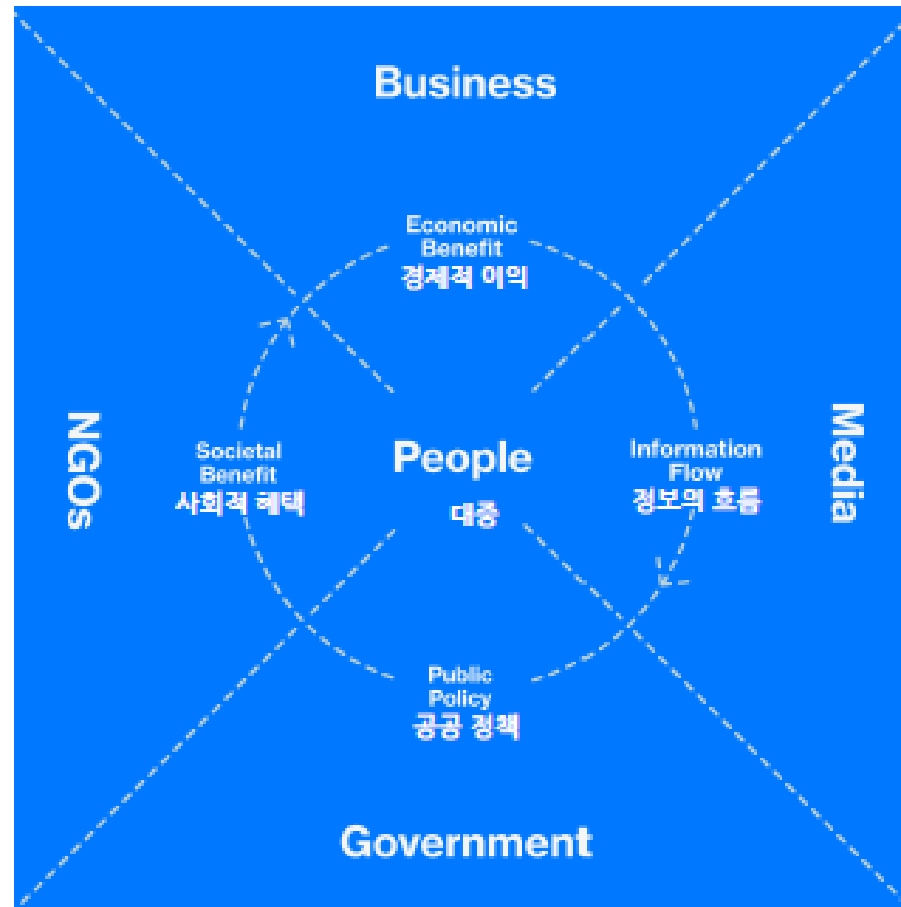
1) 기업이 사회문제 해결 주체 중 하나로 역할 하는가?



2) 다자간 협력 특히 대중의 참여를 기반으로 한 모델인가?

사회문제 해결을 위해서는 정부, NGO, 미디어, 기업간 협력은 물론이고 대중과 함께 하는 새로운 모델이 중요함. 기업의 사회문제해결 참여 모델이 매우 복잡해지고 고도화 되고 있음.

■



● 이전 모델 : “대중을 위한”

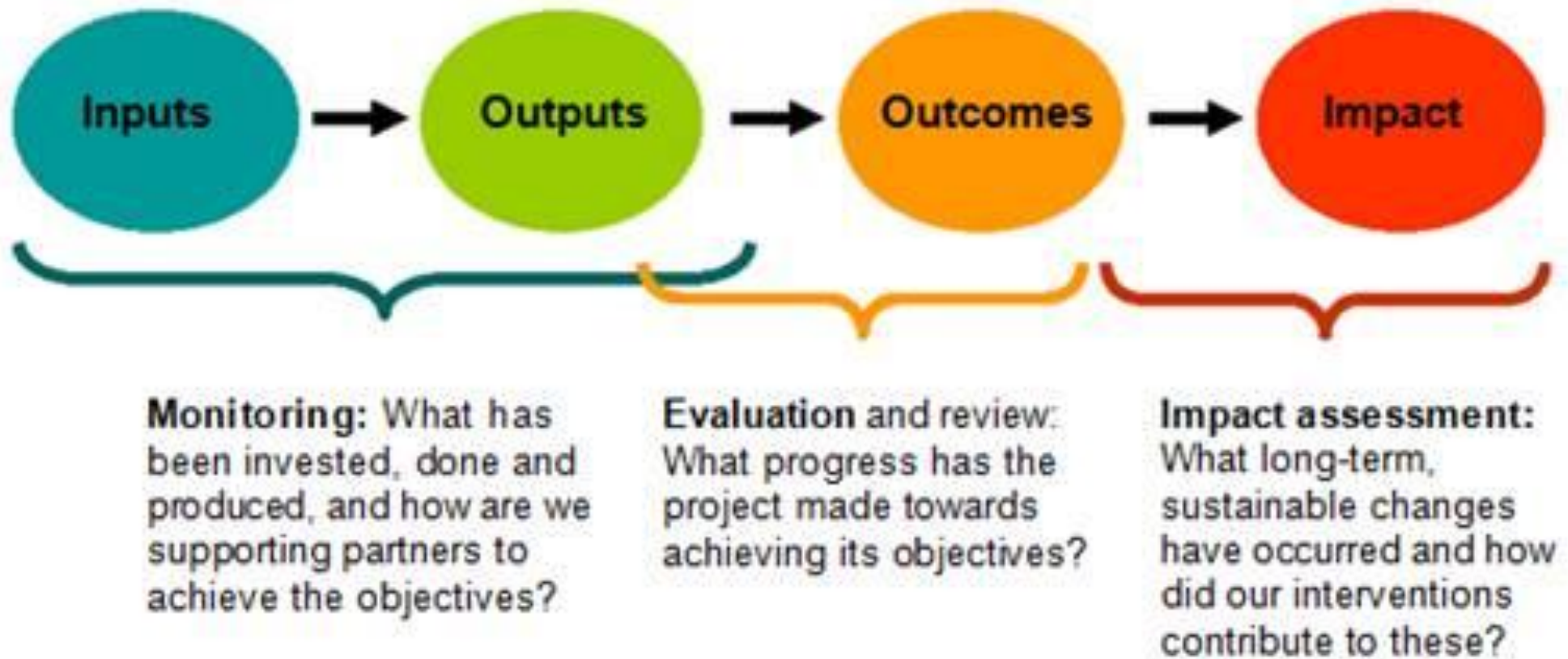
지식층이 기관(정부, 시민단체, 미디어, 기업)으로 하여금 대중을 위해 움직이게 함

● 새로운 모델 : “대중과 함께”

기관들이 대중과 “함께” 움직임, 기관의 영향력 와해

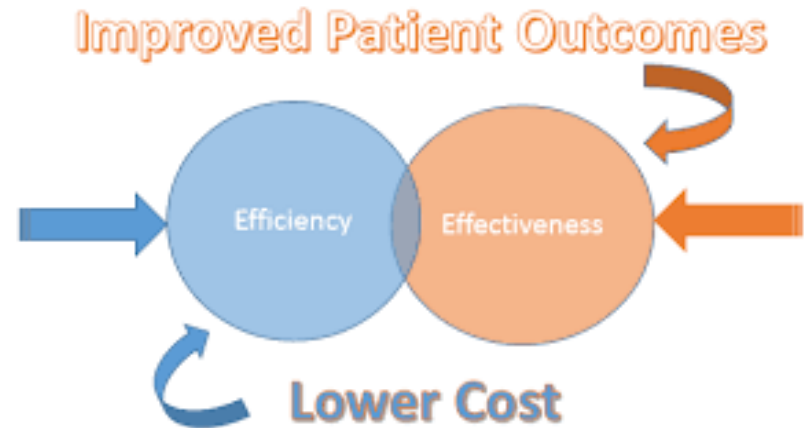
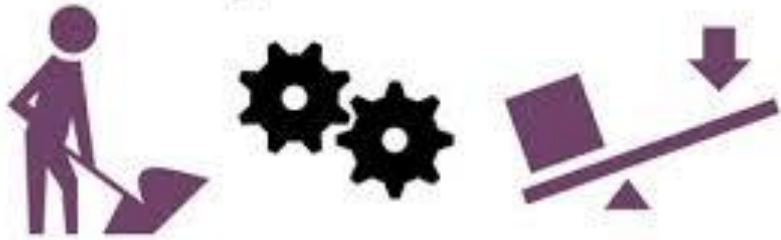
※ 출처 : 2017 에델만 신뢰도 지표조사, 대한민국, p43

3) Social Impact를 성과로 가져올 수 있는가?



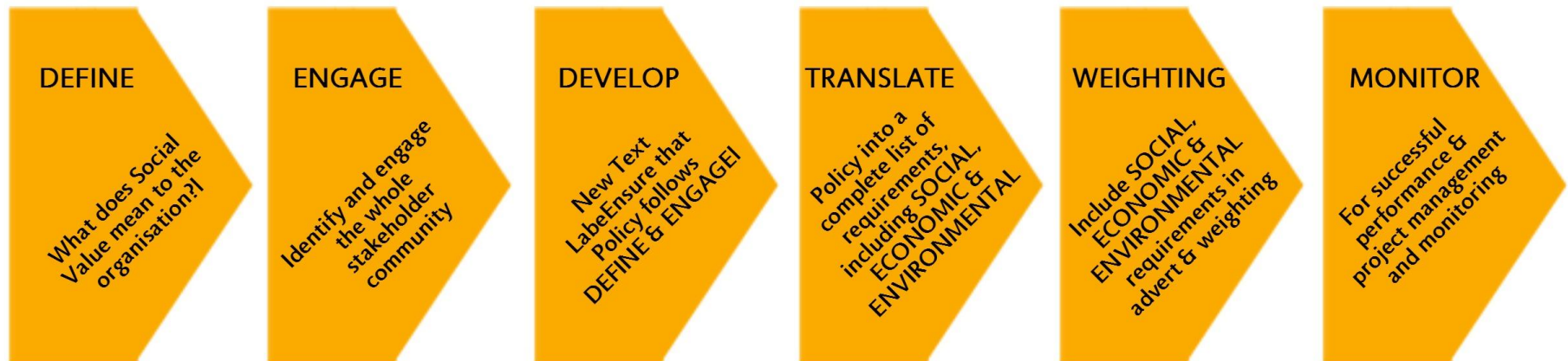
참고) 효율성과 효과성 : 사회적경제의 대두

Productivity is
Efficiency x Effectiveness

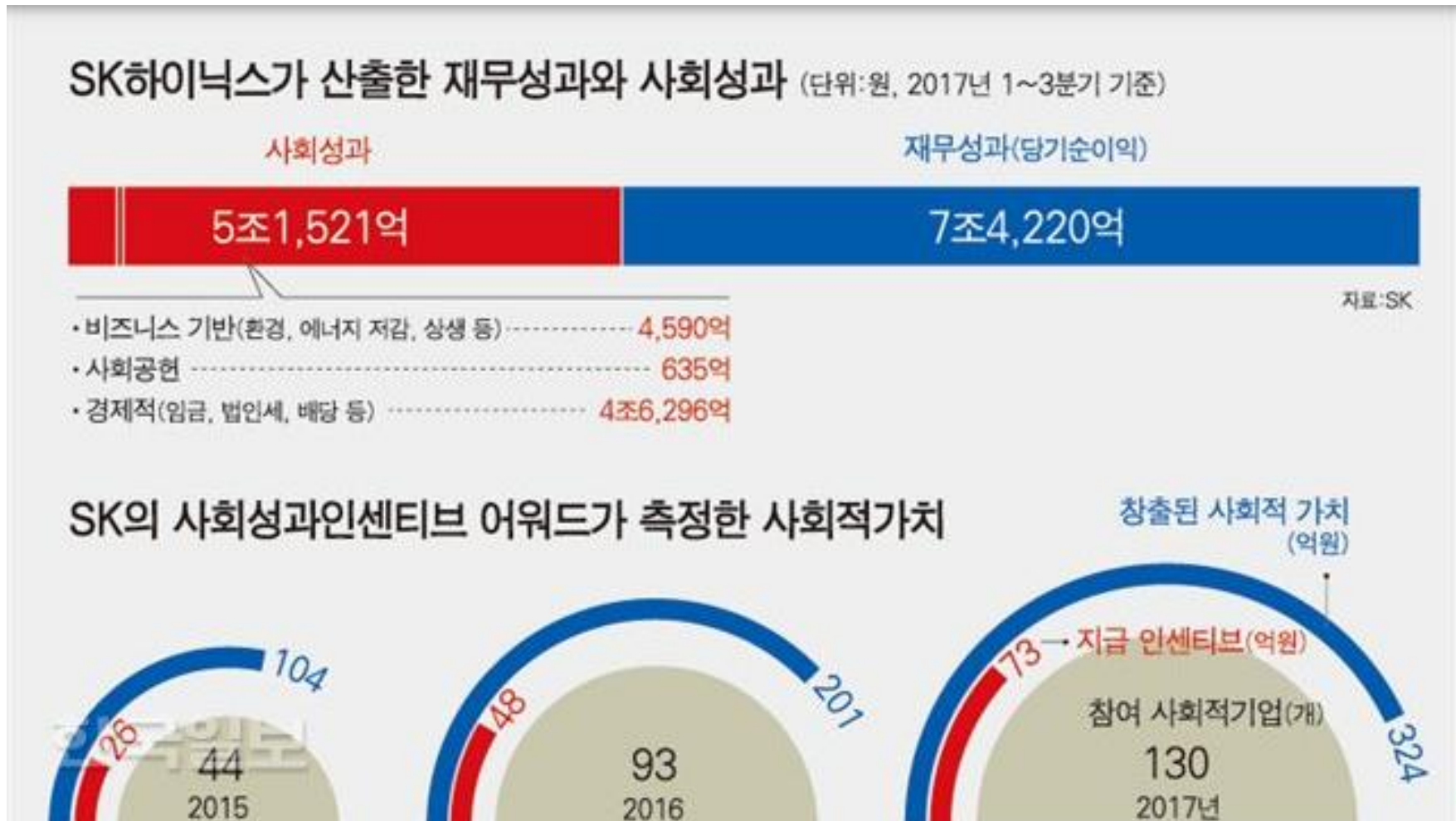


4. Social Value 측정이 가능한가?

Measuring Social Value



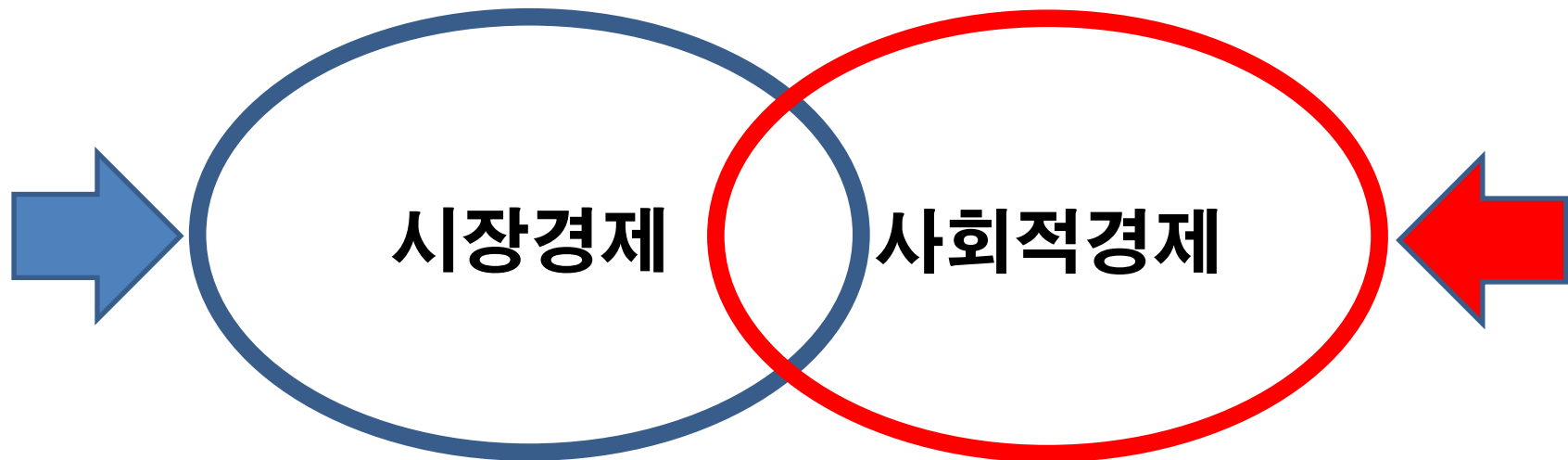
4. Social Value 측정이 가능한가?



“ SK그룹이 기업이 창출해낸 사회적 가치를 수치화·계량화하는 ‘더블바텀라인(DBL: Double Bottom Line)’ 구체화에 힘을 쏟고 있다. DBL은 경영 성과가 표시된 재무제표의 제일 밑줄에 사회적 가치를 통한 수익을 병기하는 방식, 혹은 이를 시행하는 기업을 가리킨다.”

최근 기업 사회공헌 특성 요약

- 1) 기업이 사회문제 해결 주체 중 하나로 역할 하는가?
- 2) 다자간 협력 특히 대중의 참여를 기반으로 한 모델인가?
- 3) Social Impact를 성과로 가져올 수 있는가?
- 4) Social Value 측정이 가능한가?



파트너십



협력 모델



●Supporter

- 예산, 인력, 시설
- 경영 노하우
- 마케팅 infra.

●Modeler

- 기업 역량 접목
모델 실험
- 육성 및 확산 지원

요약 : 기업 사회공헌의 새로운 Trend

사회공헌 사업

- NPO 사업에 기부

자원봉사

- NPO
프로그램 참여

복합적인 사회공헌 모델

- 기업 역량 반영한 새로운
사회문제 해결모델

Multi Partnerships

- 다양한 주체들과의 다중적
파트너십 모델



기업과의 성공적인 파트너십을 위한 5가지 Tips..

1. 기업 특성을 파악하세요

1. 정부 정책 · 사회적 이슈 호응형 (39%)

- IT, 통신, 공기업 → 대정부 관계

예) 삼성전자 : 청소년 공부방, NH공사 : 임대주택 아동 멘토링,
한국전력 : 저소득층 전기료 지원

2. 비즈니스 연계형 (46%)

- IT, 유통, 서비스 기업 → 인프라 활용

예) SKT : ICT 활용 전통시장 활성화, GS샵 : 판매방송/기부 캠페인,
KT : 지역 아동센터에 공간 제공

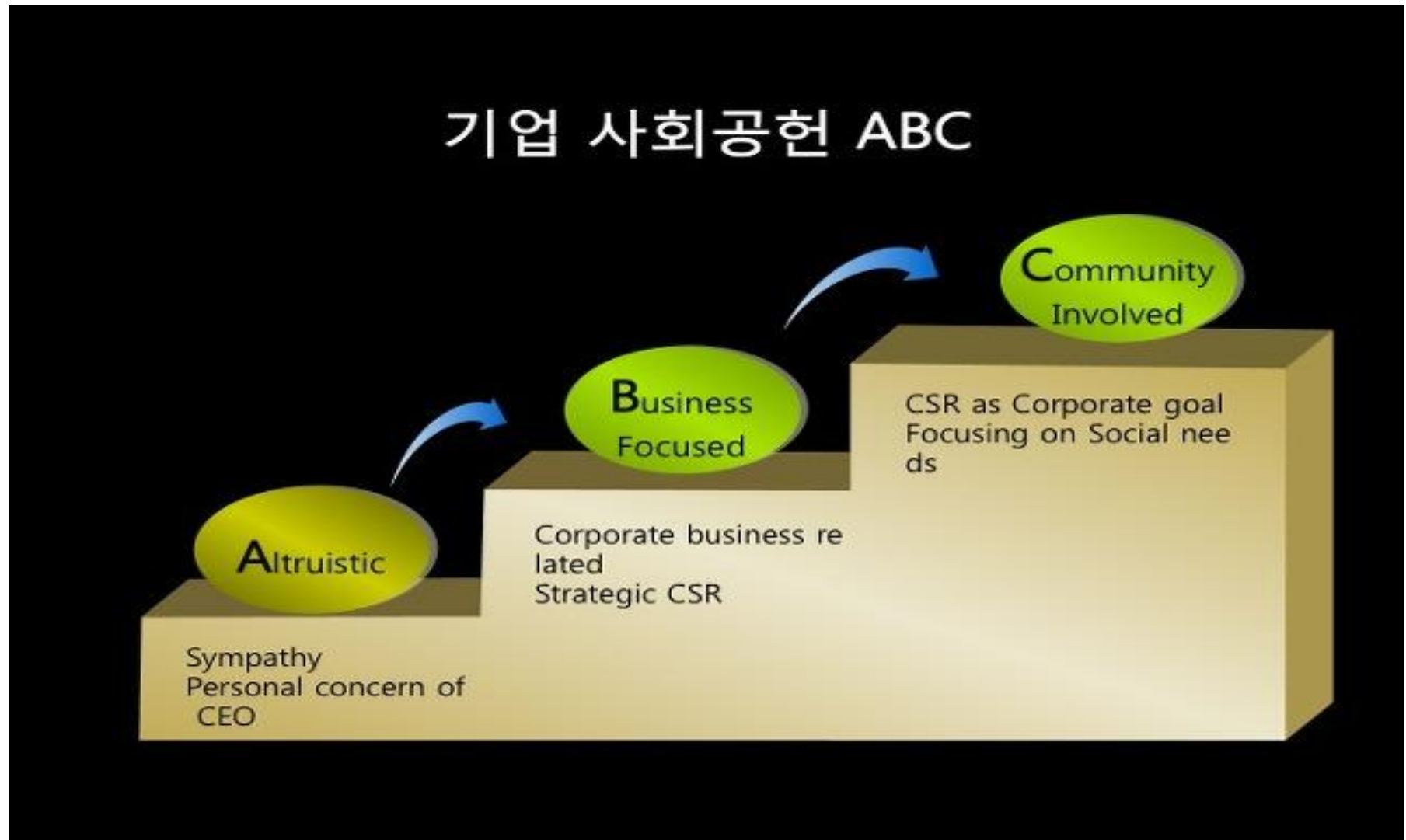
3. 지역 연계형 (15%)

- 생산시설, 주민대상 기업 → 지역 문제 해결

예) 포스코 : 지역바다 정화 봉사단,
두산중공업 : 베트남 사업장 해수 담수화 설비 기증

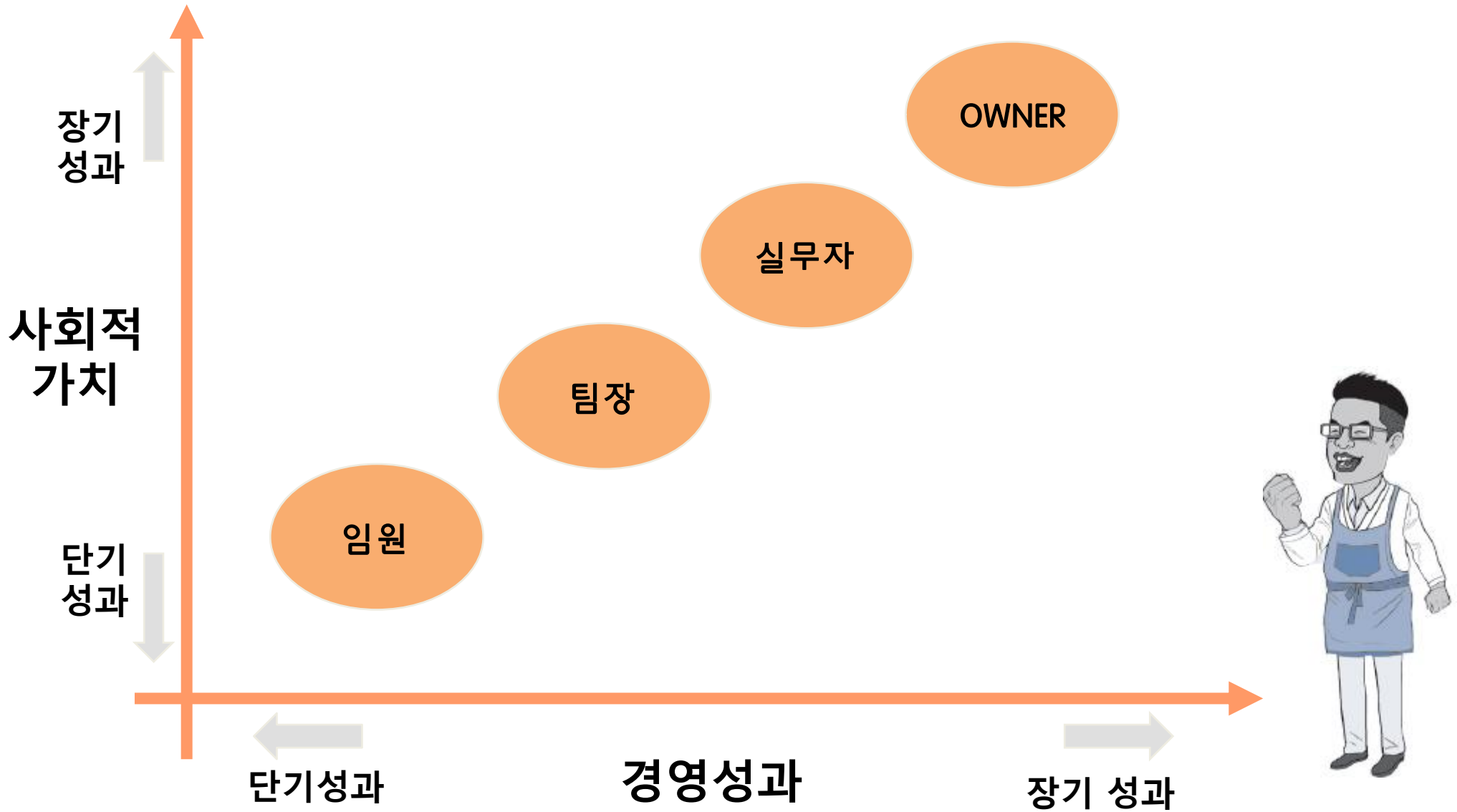
※ 출처 : 더 나은 미래 (2013.5.14) , 41개 기업 대상 조사결과

2. 기업의 사회공헌 수준을 파악하세요



출처 : <http://blog.daum.net/daewook/16085356>

3. 기업내 직책별 의사결정 기준이 다름을 이해해 주세요.



4. 기업의 파트너 선정 고려사항을 주목하세요.

(응답기업 : 166개사)

	1순위	2순위
자사 사회공헌 전략과의 연계성	65(39.2%)	88(53.0%)
사회적 필요성 및 효과성	97(58.4%)	52(31.3%)
단체의 역량 및 투명성 정도	4(2.4%)	17(10.2%)
타 기업과의 사업 차별성	0(0.0%)	9(5.4%)
기타	0(0.0%)	0(0.0%)

※ 출처 : 전경련 사회공헌백서 - 외부단체 기부 판단시 고려기준



5. 지속적인 관계 형성이 중요합니다.



파트너십 기획

- 1) 무엇을 얻고자 하는가?
- 2) 해당 기업은 사회공헌을 통해 무엇을 얻고자 하는가?
- 3) 기업이 가지고 있는 R&C는?
- 4) 우리가 가지고 있는 R&C는?
- 5) 본 사업을 통해 파트너 기업이 기대하는 benefit은?
- 6) 본 사업이 확장될 수 있는 방안은?

**“사회공헌,
도대체 뭘 해야 돼?”**

사회공헌의 이해부터
프로그램 기획, 파트너십 구축까지!
놓칠기만 한 사회공헌 업무를
단 번에 파악한다!



사회공헌
실무자를 위한
리얼 스토리 입문서

**김 대리, 오늘부터
사회공헌팀이야**

김도영 자음

프리미엄라이프

감사합니다.

김도영

dykim99@nate.com