

우리나라 企業의 社會的 責任遂行에 관한 研究

A study on the Fulfilment of Social Responsibility in Korean Enterprises

洪 正 和 *

초 록

본 연구에서는 기업의 사회적 책임수행을 위한 적절한 지출규모는 어느정도가 되어야 하는가에 대한 이해관계자 집단의 인식도와 표본기업이 사회적 책임수행 비용으로서 지출한 실태를 조사·분석하였다. 이에 따라 이해관계자 집단을 대상으로 설문지조사에 의해 기업의 사회적 지출규모에 대한 인식도를 조사하였으며, 또한 면접 및 방문조사에 의해 표본기업의 사회적 지출금액을 조사하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 조사대상자 집단은 기업은 사회적 책임을 수행하기 위한 지출액으로서 매출액의 2.75~3.25%를 할당해야 한다고 응답하였다. 이는 1984년도에 전경련이 실시한 실태조사 결과인 1.37%보다 높은 비율이다. 그런데 사회적 책임 항목 중 종업원관계 분야가 다른 분야에 비하여 상대적으로 높은 비율로 나타났다.

둘째, 표본기업의 사회적 책임수행 실태를 조사해 본 결과에 의하면 1984년 전경련이 실시한 사회적 지출액 조사결과보다 많은 사회적 지출을 하고 있는 것으로 나타났으며, 또한 본 연구의 설문지 조사 결과에서의 매출액 비율 보다도 높은 비율로 지출되고 있는 것으로 나타났다.

그리고 표본기업의 규모별 사회적 지출을 볼 때 대기업이 중소기업보다는 높은 비율로 지출하고 있으며, 기능별에 있어서는 공기업이 사기업보다 높은 비율로 지출하고 있는 것으로 조사되었다.

* 暎園大學校 經商大學 會計學科 副教授

I. 序 論

1.1 研究의 目的

오늘날 企業은 利潤의 極大化라는 經濟的 目的을 위한 經營活動으로부터 점차 社會的 責任을 증시하는 非經濟的 分野까지 포함된 多元的인 目的을 추구하는 추세에 있다. 이러한 기업목적의 변화는 產業社會의 대두와 함께 價値觀의 변화에 따른 企業理念의 전환을 의미한다.

資本主義 經濟體制下에서 중요한 기능을 수행하는 社會的 制度로서의 企業이 社會的 責任을 遂行하지 못할 때에는 자본주의체제의 存立自體가 위협을 받게 된다는 점에서 당연한 변화라고 볼 수 있다. 이러한 맥락에서 우리나라의 企業들도 이제는 社會的 責任의 수행을 企業活動의 일부로서 중요시 하며 經營計劃의 수립에 중요한 항목으로서 從業員의 福祉向上, 公害防止, 消費者關係의 改善등 社會的 責任을 중요시하기에 이르렀다.

會計領域에서도 會計情報인 財務諸表에 대한 이용자가 급속히 증가되고 그들의 요구도 다양화됨에 따라 株主와 債權者중심의 財務報告에 대한 개선이 요청되고 있다.

따라서 會計는 기업활동의 社會的 成果(social performance)를 중시하고 이에 대한 정보의 공개를 강조하게 되었다. 바꾸어 말하면 회계담당자는 종래의 경영활동에 대한 경제적 정보를 측정·보고하는 역할만이 아니라 企業의 利害關係가 社會的 貢獻度 내지 社會的 成果를 평가할 수 있는 社會的 情報를 제공하지 않으면 안될 정도로 회계환경은 변화되었다.

최근 우리나라의 經濟社會는 階層間·集團間의 갈등이 심화되고 있는 실정이다. 특히 企業의 성장과정에서 利益의 分配問題에 대한 격심한 갈등은 經濟社會의 혼란을 야기시킬 정도로 심각하게 되었다. 그러므로 企業의 社會的 責任에 대한 관심을 집중시키게 된 것은 당연한 귀결이라 생각된다. 따라서 企業의 이해관계자 집단간의 갈등을 해소하는 방안의 하나로서 企業의 社會的 責任遂行 成果(社會的 支出實態)를 공시하는 것이 절실히 요구된다.

이와같은 社會的 情報의 公示는 利害關係者集團의 갈등해소를 위한 理解의 기초가 될 것이기 때문이다. 그러나 企業의 社會的 情報로서의 社會的 支出에 대한 적절한 規模 및

支出實態에 대한 研究는 활발하지 못한 실정이다. 이에 따라 本 研究는 다음과 같은 목적을 가지고 수행되었다.

첫째, 企業의 社會的 責任遂行을 위한 投資比率에 대하여 利害關係者集團別로 認識度を 調査함으로써, 尙차 社會會計情報로서 社會的 責任遂行實態가 公示될 경우의 評價基準이 되도록 한다. 즉, 企業의 社會的 責任을 遂行하기 위한 投資額을 割當하기 위한 기준은 어떠한 것이며, 그 基準에 대한 어느 정도의 比率이 投資되어야 하는지를 調査하고, 또한 利害關係者集團別로 어떠한 差異를 보이는지 分析한다.

둘째, 위의 研究目的에 의한 結果를 土臺로 하여 特定企業을 대상으로 社會的 責任遂行에 수반된 支出金額을 調査함으로써 尙해 企業의 社會的 責任遂行程度를 分析한다.

1.2 研究의 方法 및 範圍

위에서 제시된 研究目的을 달성하기 위하여 文獻的 研究方法(library study method)과 實證的 研究方法(empirical study method)을 함께 적용하였다. 먼저 文獻的 研究方法을 통하여 企業의 社會的 責任에 대한 理論的 背景 및 先行研究를 검토하였다.

그리고 實證的 研究方法으로서 調査研究方法(survey research method)중의 設問紙法(questionnaire method)에 企業의 社會的 支出規模에 대한 認識度を 調査하였으며, 또한 面接 및 訪問調査에 의하여 特定 企業의 社會的 支出金額을 調査하였다.

그런데 企業의 社會的 責任項目은 그것을 遂行하는데 現金支出을 수반하는 것과 現金支出을 수반하지 않는 것으로 나누어 볼 수 있는데, 本 研究에서는 現金支出을 수반하는 項目, 즉 貨幣價値로 測定 가능한 項目에 국한시켜 調査·分析하였다.

그리고 企業의 社會的 責任遂行에 대하여 利害關係를 갖는 集團으로 株主, 債權者, 經營者, 從業員, 消費者, 地域社會, 信用分析家, 投資分析家, 政府 등을 들 수 있는데, 本 研究에서는 그 利害關係者集團 중에서 本 研究課題를 이해할 수 있을 정도의 會計知識을 가지고 있다고 판단되는 會計情報提供者로서의 經營者 및 會計部署 從業員, 會計情報利用者로서의 信用分析家 및 投資分析家 그리고 會計專門家로서의 會計學者와 外部監査人(公認會計士) 등을 대상으로 국한시켜 研究를 수행하였다.

II. 企業의 社會的 責任에 대한 理論的 背景

2.1 社會的 責任의 概念

지금까지 企業의 社會的 責任에 대한 研究가 이루어져 왔으나 아직도 어떤 일반적인 定義가 정립되고 있지 못한 실정이다. 이러한 이유는 바로 社會的 責任의 概念이 모호하기 때문이다.

社會的 責任에 대한 定義는 학문적으로 1953년에 Bowen의 「企業家の 社會的 責任」에서 최초로 발견되고 있는데¹⁾ 이후 수많은 研究者들이 社會的 責任의 概念을 발전시키는데 기여하였다.

社會的 責任에 관한 논의가 그동안 제대로 진전되지 못하였던 것은 그 概念의 모호성 때문이었다. 즉 社會的 責任이 무엇을 의미하고 있는가에 대한 일치된 합의가 없었다는 것이다.

따라서 社會的 責任에 대한 정의는 1950년대 이후 그 사용하는 사람에 따라 매우 다양하게 나타나고 있다.

Chamberlain은 社會的 責任에 대하여 企業의 經營人이나 勞動組合의 指導者가 범적이든 아니든 간에 주어진 상황내에서 그들이 추구하려고 행하는 행동의 범위내에서 社會的 責任을 규정하였다. 따라서 社會的 責任이란 반응의 메카니즘이기 때문에 이는 단지 전체 社會에 대해서가 아니라, 특정인들에 대해서 의무의 완수를 기함으로써 충족될 수가 있는 것이라고 보고 있다.²⁾

또한 Bowen “企業의 社會的 責任이란 企業家에게 주어진 사회전체의 목적이나 價値에 알맞게 자신들의 정책을 추구하고 의사결정을 하여 바람직한 방향으로 행동에 옮기는 의무”라고 정리하였다.³⁾

역시 일본의 占部都美는 “企業의 社會的 責任이란 단순한 이윤원리를 초월하여 기업활동이 社會의 福祉에 공헌하도록 경영관리를 수행해 나가는 것”이라고 정의하여, 그 구체

1) H. R. Bowen, *Social Responsibilities of Businessman*(New York:Harper & Row, 1953)

2) N. W. Chamberlain, *Social Responsibility & Strike*(New Harper & Row 1953), p.13.

3) H. R. Bowen, op. cit., p. 6.

적 내용은 公害防止, 環境改善, 地域社會 住民에의 福祉를 위한 노력, 國民社會福祉를 위한 공헌, 消費者 利益의 保護, 從業員의 福祉增進 등의 요구에 대한 충족을 들 수 있다고 하였다.⁴⁾

그리고 Carroll은 “社會的 責任이란 주어진 특정시점에서 社會가 企業에 대하여 가지고 있는 경제적·법적·이론적 및 재량적 기대를 모두 포함한다”고 하였으며,⁵⁾ McFarland는 “社會的 責任은 개인, 조직, 사회제도들간의 相互依存性(interdependencies)의 인식과 그러한 인식을 도덕적·윤리적·경제적 가치의 틀에서 행동으로 옮기는 것”이라고 하였다.⁶⁾

그러나 Friedman은 利潤 極大化야말로 企業이 社會的 責任을 완수하는 유일한 길이라 하여 자유사회의 존립을 위해서는 企業의 社會的 責任은 부정되어야 한다는 주장을 했다. 그는 自由經濟에서는 企業의 유일한 責任이 그 Game rule속에서의 利潤 추구이며, 다만 사기나 부정수단이 아니라 공개적으로 자유로운 경쟁에 참가하는 페어 플레이만이 윤리적으로 요구될 따름이고, 그밖의 責任은 부담할 필요가 없다는 것이다.⁷⁾

이와 같이 여러 학자의 정의를 보더라도 企業의 社會的 責任은, 그 사용하는 사람에 따라 많은 차이점이 있다는 것을 알 수 있다.

요컨대 企業의 社會的 責任이 요구되는 이유는 道義나 慈善 등의 동기에 있는 것이 아니라, 企業의 存立과 發展이라는 일반적이며 기본적인 企業의 요구에 있다고 볼 수 있다. 특히 대기업의 경우는 사회에 대한 각종의 영향력을 행사할 수 있는 권력을 가지고 있기 때문에 그에 상응하는 責任도 부담해야 할 것이며, 나아가 현행의 資本主義 經濟體制의 유지를 위해서도 企業의 社會的 責任은 요구된다고 볼 수 있다.

2.2 우리나라 企業의 社會的 責任의 歷史的 背景

우리나라에서 企業의 社會的 責任이 認識된 것은 비교적 最近의 일이다. 1960년대에

4) 占部都美 “企業의 社會的 責任にまる 經營學的 接近方法”, 일본경영학회, 企業의 社會的 責任, 1975. p. 77.

5) A. B. Carroll, “A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance,” In W. R. Allen and L. K. Bragraw, Jr.(ed), *Social Forces and Manager*(New York: Johe Wiley & Sons, 1982), p. 50.

6) D. E McFarland, *Management and Society*(Englewood Cliffs, New York:Prent-Hall, 1982), p. 352.

7) M. Friedman “Does Business Have a Social Responsibility?” *Bank Administration*, April, 1971, pp.13~14.

이미 우리나라 企業이 특히 獨寡占分野에서 지나친 이윤을 추구한다는 점에서, 그리고 物資의 不足期間에 흔히 나타났던 買占賣惜行爲와 관련된 企業의 不當한 行動을 비난하는 과정에서 論議되기 시작한 것이라고 볼 수 있다.⁸⁾

1960년대 후반에 들어 企業이 급속한 發展과 擴張을 하면서, 企業은 企業資金을 內部 調達에 의해 할 수 없는 상황에서 많은 財政支援과 金融資金의 相對的 低利金融에 의존해 왔다. 또한 外國資本의 導入을 위한 政府나 公共金融機關의 支給保證을 뒷받침으로 하여 成長을 이룩한 결과, 특히 그 資金의 使用과 관련된 企業의 社會的 責任이 論議된 것도 1970년대에 들어서부터이다.

그외에 企業의 公害問題도 工業團地의 조성에 따라 發生하게 되었고, 또 外國의 公害 産業을 移轉한 결과로 문제가 되기도 하였으며, 景氣의 週期的 後退期에 있어서 經營의 隘路와 관련하여 雇傭의 安定, 賃金滯佛問題가 企業의 社會的 責任問題로 提起되기도 하였다. 製品이나 서어비스의 不良 등 顧客과의 관계에서는 계속 問題가 제기되어 왔고 從業員의 作業條件, 危害防止와 관련된 責任問題도 거론되어 關係法令이 제정되기도 하였다.

最近에는 技術開發, 人力的 自體開發 등도 企業의 社會的 責任으로 論議되고 있는데, 이와 같은 企業固有的 活動領域에 이르기까지 광범위한 事項이 企業의 社會的 責任으로 論議되는 것이 韓國의 경우에 있어서 특징이라 할 수 있을 것이다. 우리나라에서 이와 같이 企業의 社會的 責任이 廣範한 企業活動一般에 걸쳐서 포괄적으로 논의되는 이유는 우리나라 企業의 生成發展의 環境과 관련하여 理解하여야 할 것으로 판단된다.

무엇보다도 우리나라 企業은 先進諸國의 경우와 달리 自體의 資本蓄積, 즉 民間資本에 의하여 成長되어온 것이 아니라, 政府나 公共資金의 뒷받침으로 成長하여 왔다. 이러한 점 때문에 一般社會에서 企業의 社會的 責任과 公益性을 더욱 강조하게 되는 것이며, 政府나 公金融機關의 감독을 그만큼 많이 받게 되는 경향이 있다. 또 企業의 成長이 政府의 強力한 經濟成長政策의 실시하에서 힘입은 바 크기 때문에 企業의 主體 즉 企業家나 經營者의 獨自의인 企業의 能力이나 業績을 過少評價하려는 경향이 社會에서 一般的으로 認識되고 있다.

따라서 企業을 둘러싼 利害關係者集團間에는 企業의 責任에 관한 認識이 상이한 경향

8) 全國經濟人聯合會 經濟·技術調査센터, 企業의 社會的 責任과 새 經營理念, 1981, p.121.

이 있으며, 企業人들은 自身들의 能力과 業績을 앞세우는 반면, 一般社會에서는 企業의 成長과 發展을 企業의 獨自의 業績으로 보지 않으려는 경향이 있어서 一般社會의 企業에 대한 要求와 그 認識이 現實的으로 企業家와 괴리되는 현상이 나타나고 있다. 企業家들은 競爭的으로 成長에 집착하여 구체적으로 말하면, 企業의 勢力擴大에 너무 집착한 나머지 政府의 援助나 特惠에 依存하려 하며, 中小企業의 領域에까지 그 業務를 擴大하며, 內部的인 技術的·資本的인 能力蓄積에 소홀히 하는 경향이 있다는 것을 부정할 수는 없다. 또한 企業家들은 특히 그 財務狀態 및 經營成果에 관한 신뢰성 있는 情報의 公示를 소홀히 함으로써 一般社會의 不信의 대상이 되는 경향이 있는 것도 부정할 수 없다.

또한 一般社會에서도 企業에 대한 認識이 한편에 있어서는 生産的 經濟活動機能의 擔當者로서 보는 경향보다 오히려 富의 蓄積機關으로 理解하는 傳統的 認識을 反映하는 경향이 있으며, 다른 한편으로는 社會의 모든 價値判斷의 基準이 經濟的 富의 所有나 支配力에 의하여 평가되는 성향을 반영하여 企業이 그 經濟力에 의하여 社會를 지배하는 데 대한 불안감을 갖는 경향이 있는 것도 사실이다. 이런 條件에 대하여 企業의 社會的 責任에 관한 先進國의 論議를 우리나라에 적용하려는 흐름이 추가로 反映되어 企業의 社會的 責任問題는 오늘날 우리나라 企業界에서도 크게 問題化되고 있는 것으로 보여지며, 나아가 企業의 社會的 責任遂行程度에 대한 관심도도 높아지고 있다.

2.3 先行研究

2.3.1 Langevin의 研究

Langevin(1982)은 그의 博士學位論文⁹⁾ 중에서 캐나다의 製造企業의 規模別로 社會的 책임을 수행하기 위하여 年間純利益중 어느 정도의 비율을 投資해야 하는지에 대한 設問 調査를 실시하였는데, 그 結果는 <표 1>과 같다.

9) Marcel Langevin, "Corporate Social Responsibility Accounting: A Canadian Empirical Study", ph.D. Dissertation, Syracuse University, 1982.

〈표 1〉 社會的 責任을 수행하기 위하여 投資해야할 年間純利益의 比率

利害關係者集團	小企業	中企業	大企業
經 營 者	3.40%	4.84%	7.53%
從 業 員	3.00%	5.16%	9.87%
會 計 專 門 家	3.09%	4.84%	7.59%
消 費 者	3.69%	5.72%	9.69%

資料 : M. Langevin, "Corporate Social Responsibility Accounting : A Canadian Empirical Study", ph. D. Dissertation, Syracuse University, 1982, p.47.

위의 〈표 1〉을 살펴보면 社會的 責任을 수행하기 위해 年間純利益중 投資해야할 비율의 順位는 다음과 같다.

- ① 기업규모별로는 大企業, 中企業, 小企業의 순서로 나타났으며.
- ② 이해관계자 집단별로는 消費者, 從業員이 앞선 順位를 나타내고 會計專門家和 經營者는 비슷한 順位를 나타내고 있다.

2.3.2 韓國經濟研究院의 調査¹⁰⁾

全國經濟人聯合會의 韓國經濟研究院은 企業의 社會的 역할과 責任에 관련되는 "社會關聯費用"을 調査하기 위하여 全經聯 회원사를 대상으로 1984년 2월 및 5월에 설문조사 및 면접조사를 실시하였다. 그런데 社會關聯費用은 企業이 경제사회전반의 발전에 기여한 것으로 볼 수 있는 租稅(法人稅 포함), 公課金, 國家·地方自治團體나 學術·社會福祉活動에 지원된 公益性寄附金 및 社會的 業務費用(消費者, 地域住民, 從業員 關聯費用)을 포함한다.

標本企業全體의 社會關聯費用 부담내역을 보면 다음의 〈표 2〉와 〈표 3〉과 같다.

10) 韓國經濟研究院, "기업의 사회관련비용분석", 기업의 사회봉사, 1984, pp.71~108.

〈表 2〉 標本企業全體의 總賣出額, 附加價值 및 社會關聯費用

(單位: 千圓)

區 分	總賣出額	附加價值	社 會 關 聯 費 用				
			租 稅	公課金	寄附金	社會的 業務費用	合 計
標本企業 全 體	179,902,000	35,653,476	1,855,919	904,958	292,864	1,259,186	4,312,927

資料: 韓國經濟研究院, “企業의 社會關聯費用分析” 企業의 社會奉仕, 1984, p.77.

〈表 3〉 標本企業全體의 賣出額, 附加價值 對比 社會關聯費用 負擔水準

(單位: %)

區 分		合 計	租 稅	公課金	附加金	社會的 業務費用
標本企業	賣出額 對比	2.40	1.03	0.51	0.16	0.70
全 體	附加價值 對比	12.10	5.21	2.54	0.82	3.53

資料: 〈表 2〉와 같음.

위의 〈表 2〉 및 〈表 3〉에서 보는 바와 같이 標本企業이 支出한 社會關聯費用的 規模는 43억圓 정도이며 이중 租稅(法人稅 포함)가 18억 5천만圓 정도로 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 從業員, 消費者 및 地域社會關係活動에 支出한 社會的 業務費用은 12억 6천만圓 水準으로 나타나고 있다.

이를 負擔水準으로 보면 社會關聯費用 全體의 總賣出額 및 附加價值對比水準은 각각 2.4%, 12.10%에 달하는 것으로 評價되었다.

社會關聯費用內容別 負擔水準을 보면 賣出額 基準으로 본 負擔水準의 경우 租稅가 1.03%, 社會的 業務費用이 0.70% 그리고 公課金 0.51%, 寄附金 0.16%로 分析되고 있어, 우리나라 企業의 社會的 責任이 租稅 및 社會的 業務關聯活動을 中心으로 이루어지고 있음을 알 수 있다.

附加價值를 기준으로 하여 보면 租稅의 負擔水準이 5.21%, 社會的 業務關聯費用이 3.53%로 이들 두 비용의 부담수준이 附加價值 대비 8.74%에 이르고 있는 것으로 分析되

고 있어 이를 더욱 뒷받침해 주고 있다.

특히 寄附金の 附加價值대비 負擔水準은 0.82%로 分析되어 국가나 지방자치단체 및 사회복지, 학술관계 등의 公益性寄附金 부담수준이 매우 높은 것으로 평가되고 있다.

2.3.3 黃允植의 研究

黃允植 教授(1985)는 그의 博士學位論文¹¹⁾중에서 우리나라의 기업의 규모별로 사회적 책임을 위하여 年間純利益 중 어느 정도의 비율을 投資해야 하는지를 調査하였는데 그 결과는 <表 4>와 같다.

<表 4> 기업의 責任遂行을 위한 負擔度

集團別	年間純利益의 負擔率(%)	平 均	標準偏差	分散係數
	企 業 家	中 小 企 業	2.5972	0.833
	大 企 業	3.5139	1.100	0.3130
會 計 專 門 家	中 小 企 業	2.6552	0.905	0.3408
	大 企 業	3.5000	1.009	0.2883
從 業 員	中 小 企 業	2.5484	0.736	0.2888
	大 企 業	3.8065	1.026	0.3168
消 費 者	中 小 企 業	3.0313	0.904	0.2982
	大 企 業	4.3672	0.895	0.2049

資料：黃允植, “企業社會會計의 有用性提高方案에 관한 研究”, 東亞大學校大學院, 博士學位論文, 1985, p.83.

위의 <표 4>를 살펴보면 社會的 責任을 遂行하기 위해 年間純利益 중 投資해야 할 비율의 順位는 다음과 같다.

① 企業의 규모가 커짐에 따라 社會的 責任遂行을 위해 投資할 年間純利益의 平均比率(%)은 증가한다.

11) 黃允植, “企業社會會計의 有用性提高方案에 관한 研究”, 동아대학교 대학원 박사학위 논문, 1985.

② 消費者集團은 다른 集團에 비하여 中小企業, 大企業 모두에 대하여 社會的 責任遂行을 위해 보다 많은 純利益의 投資를 바라고 있다.

③ 從業員集團은 中小企業에 대해서는 보다 적은 純利益의 投資를 그리고 大企業에 대해서는 보다 많은 純利益의 投資를 바라고 있다.

Ⅲ. 研究方法論

3.1 研究의 設計

社會科學에서 一般的으로 사용되는 研究方法으로는 實驗(experiment), 參與觀察(participation observation), 內容分析(content analysis) 및 調查研究(survey research) 등이 있다.¹²⁾ 본 研究는 企業의 社會的 責任遂行程度를 研究하기 위하여 利害關係者集團의 意見을 알아보기 위한 과제이기 때문에, 이에 적합한 研究方法으로서 調查研究方法을 선택하였다.

本 研究에서 調查研究方法을 사용한 이유는 이 方法이 個人의 意見이나 認識調查하는데 있어서 주로 사용되어 온 研究方法이기 때문이며¹³⁾, 또한 다른 方法에 비하여 研究結果를 社會一般에 適用할 수 있는 일반화의 가능성이 높고 효과적으로 다룰 수 있는 변수의 수가 많기 때문이다.¹⁴⁾

그리고 본 研究에서는 調查研究方法 중 設問紙法에 의하여 資料를 蒐集하였으며, 調查對象者(subjects)는 企業의 經營者, 企業의 會計部署에 근무하는 從業員, 銀行의 信用分析部에 근무하는 信用分析家, 投資諮問會社 및 經濟研究所에 근무하는 財務分析家, 大學에서 會計教育을 담당하고 있는 會計學者 및 會計法人에 근무하며 企業의 外部監査를 담당하는 會計監査人 등의 6개 集團으로 분류되며, 각 集團別로 調查對象者는 다음과 같이 선정되었다.

12) 洪斗承, 社會調查分析, 다산출판사, 1987, p.30.

13) J. W. Buckley, M. H. Buckley and Hung Fu Chiang, *Research Methodology and Business Decisions*, N. A. A. and SMAC, 1976, p.23.

14) 洪斗承, 前揭書, p.50.

(1) 經營者集團

經營者集團은 上場企業의 理事以上の 任員으로 한정하였으며, 이들은 企業의 여러 情報의 公開與否, 範圍 및 方法에 대하여 決定權을 가진 集團이다. 이들은 韓國上場會社協議會가 발간한 「上場會社總覽」¹⁵⁾에서 企業規模 및 業種을 고려한 후 無作爲로 선정된 企業의 任員중에서 無作爲로 추출되었다.¹⁶⁾

(2) 從業員集團

從業員集團은 企業의 會計部署에 근무하는 部長以下の 職員으로서 이들은 企業의 內部事情을 잘 파악하고 있으며, 또한 企業情報를 여러 公示手段을 통하여 提供하는 것을 주된 職務로 하는 集團이다.

이들도 역시 韓國上場會社協議會가 발간한 「上場會社總覽」에서 企業規模 및 業種을 고려한 후 無作爲로 선정된 企業의 會計部署 勤務者 중에서 無作爲로 추출되었다.

(3) 信用分析家集團

信用分析家集團은 企業이 提供하는 各種의 情報를 통하여 당해 企業에 대한 貸出與否 등의 信用分析을 하는 集團으로서, 이들은 서울 特別市에 本店을 둔 銀行의 信用分析部署勤務者 중에서 선정되었다. 그런데 調査對象이 된 銀行은 全國的인 支店分布를 가지고 있는 5개 市中銀行(韓一銀行, 商業銀行, 第一銀行, 朝興銀行, 서울信託銀行), 中小企業銀行 및 信用保證基金이었다.

(4) 投資分析家集團

投資分析家集團은 企業이 提供하는 各種의 情報를 이용하여 投資意思決定을 하는 集團으로서, 이들은 서울 特別市에 소재하고 있는 投資諮問會社와 經濟研究所 중 비교적 規模가 크다고 판단되는 것 중에서 임의로 5개가 선정되었다.

15) 韓國上場會社協議會, 上場會社總覽, 1989.

16) 企業規模는 韓國銀行이 발간한 「企業經營分析」(1989)에 의하여 企業數, 賣出額의 比率등을 고려하여 결정되었으며, 業種別 標本數는 製造企業數와 非製造企業數의 比率를 6:4로 하여 결정되었다.

(5) 會計學者集團

會計學者集團은 大學에서 會計教育을 담당하고 있는 教授集團으로서, 이들은 韓國會計學會가 발간한 「會員名簿」¹⁷⁾중에서 무작위로 선정되었다.

(6) 外部監査人集團

外部監査人集團은 「株式會社의 外部監査에 관한 法律」에 의하여 企業에 대한 外部監査를 담당하고 있는 公認會計士集團으로서, 이들은 서울特別市에 소재하고 있는 6개의 大型 會計法人의 勤務者 중에서 無作為로 선정되었다.¹⁸⁾

3.2 資料의 蒐集

資料의 蒐集은 설문지를 통하여 이루어졌는데, 자세한 내역은 다음과 같다.

3.2.1 설문지의 구성

가. 設問紙 제 I 부

제 I 부는 企業이 社會的 責任의 각 분야에 대하여 지출해야 할 것으로 요청되는 금액이 賣出額의 어느 정도의 比率(%)이 되어야 적절한지를 조사하는 내용으로 구성되었다. 이 부분은 조사대상자집단만이 응답하도록 하였다.

나. 設問紙 제 II 부

제 II 부는 표본이 되었던 特定企業의 社會的 支出實態를 조사하기 위해 제시된 기업의 사회적 책임 항목에 대하여, 당해기업의 1989년중의 사회적 지출금액을 기재하도록 설계되었다. 이 부분은 社會的 支出實態의 調査對象 企業만이 응답하도록 하였다.

다. 設問紙 제 III 부

제 III 부는 응답자의 人的事項을 조사하는 項目으로 구성되어 있다.

17) 韓國會計學會, 會員名簿, 1989.

18) 이들 大型 會計法人은 다음의 3가지 유형으로 다시 분류된다.

첫째, 국제적 대규모 회계법안의 일원으로서 監査 등의 業務 및 教育 등에 있어 국제적 법인의 지원과 영향을 받는 회계법인.

둘째, 국제적 회계법인과 연결되어 있으나 연결관계가 긴밀하지 아니한 회계법인.

셋째, 순수한 국내의 회계법인으로 구성원간의 관계가 실질적으로 合同事務所와 유사한 회계법인.

3.2.2 設問紙의 配付 및 回收

設問紙의 配付 및 回收에 있어서 會計學者集團의 경우에는 郵便을 이용하였으며, 그밖의 5개 집단의 경우에는 조사대상자집단을 직접 방문하여 配付 및 回收하는 방법에 의하였다.

그리고 回收되는 設問紙 중에서 不誠實한 것을 제외하면서 30년째까지의 設問紙를 대상으로 하여 電算處理하였다.¹⁹⁾

또한, 社會的 支出內譯에 대한 調査는 上場製造會社 중에서 機能別·規模別로 社會적 支出金額을 調査할 수 있는 기회가 제공된 企業을 대상으로 하였다.

제1차 調査로서 調査對象의 社會的 責任項目에 대한 設問紙를 배부하여 당해기업의 支出金額에 대한 調査를 의뢰하여 回收하였다. 그러나 未回收企業 및 記載內容이 불분명한 企業에 대해서는 직접 방문하여 당해기업의 實務者들에 대한 面接調査方法에 의해 모두 회수하였는바, 이들 자료들을 근거로 하여 표본기업에 대한 社會적 責任遂行實態를 分析하였다.

3.2.3 豫備調査

豫備調査者들에게 배부할 설문지 項目을 확정하기 위하여 經營者, 從業員, 信用分析家, 投資分析家, 會計學者 및 外部監査人 등 6개 集團에 각 5~10명을 대상으로 인터뷰를 실시하였다. 豫備調査에서 검토된 內容은 다음과 같다.

첫째, 先行研究의 대상이 되었던 企業의 社會的 責任項目과 기타 우리나라의 현실에 비추어 볼 때 기업이 수행하는 것이 타당하다고 판단되는 社會的 責任項目에 대하여 검토한 후 선정된 項目에 의해 現地調査(field research)에서 배부할 設問紙項目으로 확정하였다.

둘째, 企業이 社會的 責任을 수행하기 위해 각 分野別(從業員關係, 消費者關係, 地域社會關係, 其他)로 配分해야 할 것으로 요청되는 기준으로서 매출액을 결정하였으며, 또한

19) 標本이 추출된 母集團의 分布가 알려져 있지 않은 경우에는 標本の 크기를 증가시켜감에 따라 원래의 母集團의 형태가 어떤 것이었던간에 標本分布는 점점 定規分布의 모양을 갖게 된다.(中心極限整理) 그런데 標本分布가 定規分布와 거의 같아지기 위해서는 대략 표본의 크기가 30이상이 되면 충분하다고 한다(李鍾元, 統計學, 博英社, 1987, p.207 및 p.480).

賣出額比率에 대하여 그 정도를 검토하여 設問紙의 작성시 기준으로 활용하였다. 先行研究²⁰⁾와 豫備調査를 통하여 완성된 設問紙는 3개부분으로 나누어 확정하였으며, 設問紙의 내용은 附錄에서 보는바와 같다.

3.3 統計的 分析方法

企業의 社會的 責任遂行을 위하여 投資가 요청되는 賣出額比率에 대한 認識度調査는 記術統計學(descriptive statistics)의 分析方法인 相對的 頻度(relative frequency), 百分比率(percentage), 平均(mean) 및 標準編差(standard deviation)에 의해 실시되었다.

또한 企業의 社會的 責任遂行을 위한 賣出額 比率에 대한 認識度에 있어서 集團間의 差異分析은 推測統計學(inferential statistics)중의 母數統計方法(parametric statistics)을 적용하였다.

즉, 제1차적으로 調査對象者集團間의 差異檢定을 위하여 F檢定에 의한 分散分析(analysis of variance)을 적용하였으며, 제2차적으로 調査對象者集團間에 有意的 差異가 있다면 어느 集團間에 差異가 있는지를 알아보기 위하여 事後檢定으로서 Duncan의 多重 範圍檢定(Duncan's multiple range test)을 적용하였다.²¹⁾

20) 本 研究에서 社會的 責任項目을 선정하는데 참고가 되었던 先行研究로는 다음과 같은 것이 있다.

Barnett & Caldwell(1974), Corson & Steiner(1974), Elias & Epstein(1975), Schreuder(1981), 日本 通算省(1977), Ostlund(1977), Sturdivant & Ginter(1977), Langevin(1982), 李義俊(1983), 黃允植(1985), 韓寄洙(1987).

21) 事後檢定으로 자주 사용되는 統計技法은 Tukey의 多重比較法, Scheffe의 檢定法, Duncan의 多重範圍檢定法, Newman-Keuls의 檢定法 등이 있는데, Duncan의 多重範圍檢定이 다른 技法에 비하여 큰 소치차의 平均치 判定에 민감하여 보다 우수한 統計技法이라고 알려져 있다. 한편 多數집단간의 비교를 개별집단간 1쌍씩 t-test를 하는 경우도 있으나 (last significant difference, LSD), 이 경우는 설정한 有意水準 α 보다 더 큰 오류가 발생하는 것으로 알려져 있다.

자세한 것은 다음 문헌을 참조,

D. C. Montgomery, Design and Analysis of Experiment(New York:John Wiley & Sons, 1976), pp.48~50.

한국과학기술연구원, SAS 공개강좌, 1990. 71.

IV. 企業의 社會的 支出規模에 대한 認識度 調査

4.1 從業員關聯分野에 대한 支出規模

從業員關聯分野에 대한 社會的 責任을 遂行하기 위하여 企業이 賣出額중 어느정도의 比率을 支出해야 할 것인가를 調査·分析한 것이 <표 5>이다.

<표 5> 從業員關聯分野에 대한 支出比率調査

集 團	平均값*	標準偏差	F값	有意水準	Duncan's Test**
信用分析家	4.967	1.10	1.87	0.1014	A
經營者	4.900	1.03			B A
從業員	4.800	1.32			B A
投資分析家	4.533	1.43			B A
會計學者	4.267	1.46			B A
外部監査人	4.200	1.47			B

* 平均값은 0-0.25%에 1, 0.25-0.50%에 2, 0.50~0.75%에 3, 0.75-1%에 4, 1-1.5%에 5, 1.5% 이상에 6을 부여하여 계산되었다.

** 동일한 英文字는 有意水準 $\alpha = 0.05$ 에서 有意的 差異가 없음을 나타낸다.

<표 5>를 分析해 보면 調査對象者集團들은 대체로 從業員關聯分野에 賣出額의 0.75-1% 정도를 支出해야 한다고 응답하고 있다.

그리고 母數 統計方法인 F검정에 의하면 調査對象者集團간에는 有意水準 $\alpha = 0.05$ 에서 有意的 差異가 없었다. 그러나 F檢定에 대한 事後檢定인 Duncan의 多重範圍檢定結果에 의하면 信用分析家集團과 外部監査人集團間에는 有意的 差異가 있었다.

4.2 消費者關聯分野에 대한 支出

消費者關聯分野에 대한 社會的 責任을 遂行하기 위하여 企業이 賣出額 중 어느정도의 比率을 支出해야 하는 것이 좋은가에 대한 응답결과를 정리한 것이 <표 6>이다.

〈표 6〉 消費者關聯分野에 대한 支出比率調査

集 團	平均값*	標準偏差	F값	有意水準	Duncan's Test**
信用分析家	4.767	1.04	0.71	0.6164	A
從業員	4.433	1.33			A
投資分析家	4.400	1.48			A
會計學者	4.333	1.79			A
外部監査人	4.300	1.47			A
經營者	4.100	1.32			A

* 〈표 5〉의 내용과 같음

** 〈표 5〉의 내용과 같음

〈표 6〉을 분석해보면, 調査對象集團들은 消費者關係分野에 대하여 從業員關係分野에서와 마찬가지로 대체로 賣出額의 0.75~1% 정도를 支出해야 한다고 응답하고 있다. 그리고 모수 통계방법인 F檢定結果 調査對象者集團간에는 유의수준 $\alpha = 0.05$ 에서 유의적 차이가 없었다. 또한 Duncan 檢定結果에서도 調査對象者集團 간에 有意的 差異가 없는 것으로 나타났다.

4.3 地域社會關聯分野에 대한 支出

地域社會關聯分野에 대한 社會的 責任을 遂行하기 위해 企業이 賣出額 중 어느 정도의 비율을 지출해야 하는 것인가를 調査·分析한 것이 〈표 7〉이다.

〈표 7〉 地域社會關係分野에 대한 支出比率調査

集 團	平均값*	標準偏差	F값	有意水準	Duncan's Test**
外部監査人	4.333	1.35	0.42	0.837	A
投資分析家	4.267	1.48			A
會計學者	4.167	1.66			A
經營者	4.100	1.40			A
信用分析家	3.967	1.13			A
從業員	3.900	1.49			A

* 〈표 5〉의 내용과 같음

** 〈표 5〉의 내용과 같음

〈표 7〉을 분석해 보면, 調査對象集團들은 消費者關聯項目에 대하여 賣出額의 0.75% 정도를 지출해야 한다고 應答하고 있다. 그리고 母數 統計方法인 F檢定結果 調査對象集團 간에는 有意水準 $\alpha = 0.05$ 에서 有意的 差異가 없었다. 또한 Duncan 檢定結果에서 調査對象者集團 간에 有意的 差異가 없음을 나타내 주고 있다.

4.4 其他分野에 대한 支出

從業員, 消費者, 地域社會關聯分野를 제외한 其他分野에 대하여 企業이 賣出額중 어느 정도의 비율을 支出해야 할 것인가 대한 應答結果를 정리하는 것이 〈표 8〉이다.

〈표 8〉을 분석해 보면 調査對象者集團들은 기타 分野에 대하여 대체로 賣出額이 0.50% 정도를 配分해야 한다고 應答하고 있다. 그리고 母數 統計方法인 F檢定結果 調査對象者集團間에는 有意水準 $\alpha = 0.05$ 에서 有意的 差異가 있었다.

또한 F검정에 대한 사후검정인 Duncan의 다중범위검정결과에 의하면 會計學者集團과 外部監査人, 從業員, 信用分析家集團간에 有意的 差異를 보였다.

〈표 8〉 其他分野에 대한 支出比率調査

集 團	平均값*	標準偏差	F 값	有意水準	Duncan's Test**
會 計 學 者	3.733	1.6	2.36	0.0418	A
經 營 者	3.333	1.45			B A
投 資 分 析 家	3.300	1.42			B A
外 部 監 査 人	2.933	1.20			B
從 業 員	2.867	0.94			B
信 用 分 析 家	2.733	1.20			B

* 〈표 5〉의 내용과 같음

** 〈표 5〉의 내용과 같음

4.5 要約 및 分析

- (1) 企業의 社會的 責任分野 중 從業員에 관계되는 分野에 대한 投資比率이 다른 항목(消費者, 地域社會, 其他)에 비하여 비교적 높게 나타나고 있다. 이는 근래 2~3년간 노사분규 등으로 勞使關係增進을 위해 보다 많은 노력을 기울여야 한다는 의미로 分析된다. 특히 經營者, 從業員集團이 다른 집단에 비하여 높은 비율을 인식하고 있는 것은 이들의 勞使問題의 당사자들이기 때문이라고 볼 수 있다.
- (2) 消費者關聯分野에 대하여는 모든 집단이 投資比率의 인식에 있어서 유의적 차이를 보이지 않고 있는데, 이는 消費者關聯分野問題는 특정한 집단의 이해관계에만 국한되는 것이 아니기 때문인 것으로 分析된다.
- (3) 地域社會關聯分野에 대하여는 모든 집단이 投資比率의 인식에 있어서 有意的 差異를 보이지 않고 있는데, 이는 地域社會를 고려하지 않고서는 기업경영이 어려울 것이라는 인식에서 기인하는 것으로 보인다.
- (4) 기타분야에 대하여는 會計學者集團이 投資比率에 있어 가장 높게 인식하고 있는데 이는 회계학자집단이 企業의 장기적 존속·발전에 보다 관심이 있기 때문으로 分析된다. 또한 經營者集團의 경우에도 비교적 높게 나타나고 있는데 이는 바람직한 것으로 보여진다.
- (5) 조사대상자집단들은 企業이 社會的 責任을 수행하기 위해서 賣出額의 2.75~3.25% 정도를 投資해야 한다고 응답하고 있다. 그런데 1984년에 韓國經濟研究院이 調査한 바에 따르면 조사대상기업들은 賣出額의 2.40%를 社會關聯費用으로 支出하고 있으며, 그 중에서 租稅項目을 차감하면 賣出額의 1.37%를 社會的 責任遂行을 위하여 支出하고 있는 것으로 分析되었다. 따라서 최근 경제사회의 여건으로 보아 기업은 社會的 責任遂行을 위하여 보다 많은 부담을 해야 하는 것으로 分析되고 있다.

V. 標本 企業의 社會的 責任遂行實態分析

여기에서는 標本企業의 社會的 支出金額을 調査함으로써 당해기업의 社會的 責任遂行 實態를 알아보고자 한다. 그리고 先行研究 및 IV의 分析結果와 比較하여 당해기업의 社

會의 支出實態를 분석함으로써 단편적으로나마 우리나라 기업의 社會的 責任遂行實態를 짐작할 수 있을 것이다.

標本 企業으로 선정된 D重工業, H公社, D農藥의 社會的 責任遂行費用으로서 1989. 1.1 ~1989.12.31에 支出한 金額을 調査하여 정리한 것이 <표 9>이다.

<표 9> 標本企業別 社會的 支出金額

(단위:백만원)

社會的 責任分野	D 重工業	H 公 社	D 農 藥
〔從業員 關係〕			
福 利 厚 生 施 設	385	57,830	24.42
教 育 및 能 力 開 發	1,636	2,623	12.595
產 業 災 害 豫 防	489	12,685	27.013
女 性 雇 傭	2,448	15,533	108.9
障 碍 者 雇 傭	-	-	-
報 勤 子 女 雇 傭	1,497	8,048	18.464
年 金 關 係	956	4,440	17.972
勞 動 組 合 支 援	60	-	2.569
住 宅 支 援	203	4,572	1.84
相 助 會 支 援	60	-	2.92
子 女 獎 學 金	682	6,176	16.127
從 業 員 對 話	763	-	30.47
〔消費者 關係〕			
商 品 低 價 格 提 供	-	-	-
아 프 터 서 비 스	5,099	120,028	62
商 品 情 報 提 供	1,231	678	10.3
商 品 의 安 全 性	46	1,075	-
消 費 者 運 動 支 援	-	-	-
眞 實 한 廣 告	369	-	5.104
品 質 改 善	867	28,400	32
商 品 流 通 經 路 短 縮	-	-	-
消 費 者 와 對 話	180	1,031	1.678
消 費 者 關 係 資 料 의 入 手 分 析	-	97	1.2

〔地域社會 關係〕			
公 害 防 止 및 環 境 保 存	978	24,019	1,942
福 祉 施 設 提 供	—	—	3,461
獎 學 金 支 援	—	693	—
불 우 이 옷 돕 기	10	190	6,648
雇 傭 機 會 提 供	73	227	—
地 域 開 發 의 支 援	—	160	6.7
地 域 住 民 과 의 對 話	—	1,260	5,381
地 域 住 民 安 全 對 策	200	120,115	694
企 業 便 宜 施 設 提 供	—	—	—
〔其 他〕			
資 源 保 存 및 에 너 지 節 約	金額算定不可	52,800	—
文 化, 藝 術, 學 術 活 動 의 支 援	660	5,490	2,026
新 技 術 開 發	23,226	37,544	50,297
交 通 秩 序 의 改 善	—	—	—
經 營 合 利 化 努 力	金額算定不可	14,900	32,404
協 力 業 體 와 의 關 係 增 進	100	—	152,139

5.1 D重工業 株式會社

5.1.1 社會的 責任分野別 支援金額

위의 <표 9>에서 D重工業株式會社의 社會的 責任分野別 支出金額을 調査한 結果를 分析해 볼 때 다음과 같은 점을 발견할 수 있다.

첫째, 전체의 社會的 責任分野에 대한 1989년중의 支出금액은 42,398백만원으로서 동년중의 賣出額 716,319백만원의 5.92%, 附加價値 230,557백만원의 18.39%에 이르고 있는데, 이는 1984년중에 한국경제연구원이 調査한 표본기업의 社會關係비용 支出金額(賣出額대비 1.37%, 附加價値대비 6.89%)보다 훨씬 높아진 것임을 지적해 준다.

그리고 본 研究에서 調査對象者集團을 대상으로 設問調査한 結果에 따르면 기업이 社會的 責任遂行을 위하여 賣出額의 2.75%~3.25%를 投資해야 한다고 응답하고 있는데 D

重工業株式會社의 경우는 훨씬 높은 비율의 투자를 하고 있는 것으로 分析되고 있다.

둘째, 社會的 責任分野 중 從業員關係分野에 대한 1989년 중의 支出金額은 9,159백만원으로서 동년중의 賣出額 716,319백만원의 1.28%, 附加價値 230,557백만원의 3.97%에 이르고 있다.

본 研究의 設問調查結果에 의하면 調查對象者集團은 從業員關係分野에 대하여 매출액의 0.75~1%를 투자해야 한다고 응답하고 있는데, D重工業株式會社의 경우는 훨씬 높은 비율을 투자하고 있는 것으로 分析되고 있다.

셋째, 社會的 責任分野 중 消費者關係分野에 대한 1989년 중의 支出金額을 7,992백만원으로서 동년 중의 賣出額 716,319백만원의 1.12%, 附加價値 230,557백만원의 3.47%에 이르고 있다.

본 研究의 設問調查結果에 의하면 調查對象者集團은 消費者關係分野에 대하여 매출액의 0.75~1%를 투자해야 한다고 응답하고 있는데, D重工業株式會社의 경우는 훨씬 높은 비율을 투자하고 있는 것으로 分析되고 있다.

넷째, 社會的 責任分野 중 地域社會關係分野에 대한 1989년 중의 支出金額은 1,261백만원으로서 동년 중의 賣出額 716,319백만원의 0.18%, 附加價値 230,557백만원의 0.55%에 이르고 있다.

본 研究의 設問調查結果에 의하면 調查對象者集團은 地域社會關係分野에 대하여 賣出額의 0.75%를 투자해야 한다고 응답하고 있는데, D重工業株式會社의 경우는 훨씬 높은 비율을 투자하고 있는 것으로 分析되고 있다.

다섯째, 社會的 責任分野 중 其他分野에 대한 1989년 중의 支出金額은 23,896백만원으로서 동년 중의 賣出額 716,319백만원의 3.34%, 附加價値 230,557백만원의 10.36%에 이르고 있다.

본 研究의 設問調查結果에 의하면 調查對象者集團은 기타 分野에 대하여 0.50% 정도를 支出해야 한다고 응답하고 있는데 D重工業株式會社는 이보다 훨씬 높은 비율을 투자하고 있는 것으로 分析되고 있다. 특히 이 회사는 신기술개발항목에 대하여 賣出額의 3.2%, 附加價値의 10.07%를 支出하고 있는 것으로 調查되었다.

5.1.2 社會的 責任遂行實態의 分析

D重工業株式會社의 社會的 支出形態를 토대로 하여 D重工業株式會社에 대한 社會적 責任 수행실태를 分析해 보면 다음과 같다.

첫째, 본 研究에서 社會的 責任項目으로 선정하고 있는 分野에 대한 지출비율은 종전의 調查結果(1984, 한국경제연구원) 및 본 研究의 設問調查의 結果보다 훨씬 높게 나타나고 있는데, 이는 D重工業株式會社가 社會的 責任遂行을 위해 많은 노력을 기울이고 있는 것으로 평가된다.

둘째, 從業員關係分野 중 女性雇傭, 教育 및 能力開發, 報勳子女雇傭 등의 항목에 보다 많은 金額이 支出되고 있으나, 障礙者雇傭問題는 전혀 고려되고 있지 않은 것으로 分析되고 있다.

또한 이 회사는 그동안 노사분규로 많은 어려움이 있었기 때문에 從業員과의 대화에도 많은 金額을 支出하고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 消費者關係分野 중 아파트 서어비스 및 상품정보제공항목에 집중적으로 지출되고 있는데, 이는 D重工業의 제품이 고가품이고 수요자층이 제한되어 있는 점을 고려하여 불태 고객관리면에 많은 노력을 기울이고 있는 것으로 分析된다.

넷째, 地域社會關係分野중 公害防止 및 環境保存, 地域住民安全對策項目등에 비교적 많은 金額이 支出되고 있으나, 복지시설제공, 장학금지급, 地域開發의 지원, 地域住民과의 대화, 기업편의시설제공 등에는 전혀 支出되고 있지 않은 것으로 밝혀졌다. 이는 D重工業株式會社가 기업활동과 직접적인 관계가 없는 地域社會활동은 별로 관심을 두고 있지 않은 것으로 分析된다.

다섯째, 其他分野로서는 신기술개발항목에 많은 金額이 支出되고 있는데, 이는 계속적인 기술개발만이 경쟁력을 제고시키는 길이라는 重工業界의 현실을 반영하는 것이라고 볼 수 있다.

그리고 문화·예술·학술활동에도 비교적 많은 金額이 지원되고 있는데, 이는 D重工業株式會社가 속한 그룹기업의 문화재단의 영향을 많이 받은 것이라고 생각된다.

그러나 資源保存 및 에너지節約, 교통질서의 개선 등에는 전혀 支出되고 있지 않았으며, 經營合理化努力을 위해 支出된 支出은 계산이 불가능하였다.

5.2 H公社

5.2.1 社會的 責任分野別 支出金額

위의 <표 9>에서 H公社의 社會的 責任分野別 支出金額을 調査한 結果를 分析해 볼 때 다음과 같은 점을 발견할 수 있다.

첫째, 전체의 社會的 責任項目에 대한 1989년 중의 支出金額을 520,611백만원으로서 동년중의 賣出額 4,568,253백만원의 11.396%, 附加價値 2,788,440백만원의 18.67%에 이르고 있는데, 이는 앞에서 分析한 D重工業株式會社의 경우보다도 높은 비율의 金額이 投資되고 있음을 나타내주는 것이다. 그리고 1984년에 한국경제연구원의 調査結果나 본 研究의 設問調査結果보다도 높은 비율로서, 이는 H公社가 公營기업으로서 보다 많은 社會的 支出을 하고 있는 것으로 볼 수 있다.

둘째, 社會的 責任分野중 從業員關係分野에 대한 1989년중의 支出金額은 111,907백만원으로서 동년 중의 賣出額 4,568,253백만원의 2.45%, 附加價値 2,788,440백만원의 4.01%에 이르고 있다. 이러한 비율은 앞서 分析한 D重工業株式會社나 본 研究의 設問調査結果에 비하여 훨씬 높은 것임을 알 수 있다.

셋째, 社會的 責任分野중 消費者關係分野에 대한 1989년중의 支出金額은 151,309백만원으로서 동년 중의 賣出額 4,568,253백만원의 3.31%, 附加價値 2,788,440백만원의 5.43%에 이르고 있다. 이러한 비율은 앞서 分析한 D重工業株式會社나 본 研究의 設問調査結果에 비하여 훨씬 높은 것임을 알 수 있다.

넷째, 社會的 責任分野중 地域社會關係分野에 대한 1989년중의 支出金額은 146,661백만원으로서 동년 중의 賣出額 4,568,253백만원의 3.21%, 附加價値 2,788,440백만원의 5.26%에 이르고 있다. 이러한 비율은 앞서 分析한 D重工業株式會社나 본 研究의 設問調査結果에 비하여 훨씬 높은 것임을 알 수 있다.

다섯째, 社會的 責任分野중 其他分野에 대한 1989년중의 支出金額은 110,734백만원으로서 동년 중의 賣出額 4,568,253백만원의 2.42%, 附加價値 2,788,440백만원의 3.97%에 이르고 있다.

앞서 分析한 D重工業株式會社의 경우는 賣出額대비 3.34%, 附加價値대비 10.36%에

이르고 있는 것에 비하여 H公社의 경우가 훨씬 낮게 나타나고 있는데, 이는 D重工業株式會社는 민간기업으로서 신기술개발에 상당한 支出을 하고 있는데서 기인하는 것으로 보인다.

그러나, 본 研究의 設問調査結果에 비하여는 H公社의 경우가 훨씬 높은 비율을 나타내고 있다.

5.2.2 社會的 責任遂行實態의 分析

H公社의 社會的 支出形態를 토대로 하여 H公社에 대한 社會的 責任遂行實態를 분석해 보면 다음과 같다.

첫째, H公社가 社會的 責任分野別로 支出한 비율을 調査해 보면 앞에서 調査한 D重工業株式會社에 비하여 훨씬 높으며, 물론 韓國經濟研究院의 調査結果나 본 연구의 設問調査結果에 비하여 훨씬 높은 것으로 나타나고 있다.

이는 H公社가 국내의 독점적 전력공급기업으로서 공익을 앞세우는 준공공기관에 해당되기 때문에 社會的 支出費用을 사기업에 비하여 증가시켜야 함을 반영하는 것이라 볼 수 있다.

따라서 H公社는 나름대로 社會的 責任遂行에 많은 노력을 기울이고 있는 것으로 평가된다.

둘째, 從業員關係分野중 福利厚生施設項目에 집중적으로 投資되고 있으며, 산업재해예방, 女性雇傭에도 많은 금액이 支出되고 있다. 그러나 勞動組合支援, 상조회지원 및 從業員과의 대화에는 전혀 支出되고 있지 않은데, 이는 公企業의 특성 즉 다소 관료적 경영 형태에서 기인하는 것으로 分析된다. 또한 障礙者雇傭에도 전혀 고려되고 있지 않은 것으로 나타났다.

셋째, 消費者關係分野중 아프트터 서어비스 항목에 대부분의 投資額이 집중되고 있으며, 品質改善項目에도 많은 金額이 支出되고 있다.

이는 H公社의 消費者는 全國民 모두가 되며, 전산업의 동력원이 되기 때문에 많은 배려를 하고 있는 것으로 分析된다. 특히 社會的 責任項目 중 消費者關係資料 分析에 가장 많은 金額이 支出되고 있는 것도 이를 반영한다.

넷째, 地域社會關係分野중 地域住民安全對策에 대부분의 投資額이 集中되고 있으며, 公害防止 및 環境保存에도 상당한 金額이 支出되고 있다. 이러한 점들은 全國에 걸친 發電施設(특히 原子力 發電施設)에 대한 地域社會의 住民保護와 環境保護에 노력을 기울이고 있는 것으로 分析된다.

다섯째, 其他分野 중 資源保存 및 에너지 節約, 新기술개발항목에 집중적으로 投資되고 있는데, 이는 H公社의 업종의 특성상 당연한 結果라고 볼 수 있다.

즉 에너지資源을 供給하는 公익기업으로서 계속적인 에너지 資源의 개발을 위한 기술 개발은 불가피한 것이다.

그러나 協力業體가 많이 있음에도 불구하고 協力業體와의 관계증진항목에 전혀 支出되고 있지 않은데, 이는 H公社가 公企業으로서 官僚的 經營形態에서 기인하는 것으로 볼 수 있다.

5.3 D農藥株式會社

5.3.1 社會的 責任分野別 支出金額

위의 〈표 9〉에서 D農藥株式會社의 社會的 責任分野別 支出金額을 조사한 결과를 分析해 볼 때 다음과 같은 점을 발견할 수 있다.

첫째, 전체의 社會的 責任項目에 대한 1989년 중의 支出金額은 637.264백만원으로서 동년중의 賣出額 23,111.7백만원의 2.76%에 이르고 있는데, 이는 앞서 分析한 大企業의 경우보다도 훨씬 밑도는 비율이다. 그러나 1984년도에 한국경제연구원의 조사결과(賣出額 대비 1.37%)보다는 훨씬 높은 비율이며, 본 연구의 設問調查結果(賣出額 대비 2.75~3.25%)와 비슷한 비율이다.

둘째, 社會的 責任分野중 從業員關係分野에 대한 1989년 중의 支出金額은 263.290백만원으로서 동년중의 賣出額 23,111.7백만원의 1.14%에 이르고 있는데, 이는 앞서 分析한 大企業의 경우보다는 낮은 비율이나, 본 연구의 設問調查結果(賣出額 대비 0.75~1%)보다 높은 비율이다.

셋째, 社會的 責任分野중 消費者關係分野에 대한 1989년 중의 支出金額은 112.282백만

원으로서 동년중의 賣出額 23,111.7백만원의 0.49%에 이르고 있는데, 이는 앞서 分析한 大企業의 경우나 본 연구의 設問調查結果(賣出額 대비 0.75%)보다 낮은 비율이다.

넷째, 社會的 責任分野중 지역사회 관계 분야에 대한 1989년중의 지출금액은 28.826백만원으로써 동년중의 賣出額 23,111.7백만원의 0.12%에 이르고 있는데, 이는 앞서 分析한 大기업의 경우나 본 연구의 설문조사 결과(매출액 대비 0.75%)보다 낮은 비율이다.

다섯째, 社會的 責任分野중 其他分野에 대한 1989년 중의 支出金額은 236.886백만원으로서 동년중의 賣出額 23,111.7백만원의 1.02%에 이르고 있는데, 이는 앞서 分析한 大企業의 경우보다는 낮은 비율이나, 본 연구의 設問調查結果(賣出額 대비 0.50%)보다는 훨씬 높은 비율이다.

5.3.2 社會的 責任遂行實態의 分析

D農藥株式會社의 社會的 支出形態를 토대로 하여 동사의 社會的 責任遂行實態를 分析해보면 다음과 같다.

첫째, D農藥株式會社가 社會的 責任分野에 支出한 비율을 조사해보면 앞에서 分析한 大企業의 경우보다는 낮으나 1984년중의 한국경제연구원의 조사결과보다는 훨씬 높으며, 본 연구의 設問調查結果와는 비슷한 수준이다.

이는 D農藥株式會社가 중소기업으로서 大企業보다는 社會的 責任에 대한 인식이 낮은 것으로 볼 수도 있으나 大企業에 비하여 企業 성장에 치중하는 경향에 비추어 볼 때, 나름대로 社會的 責任을 성실히 수행하고 있다고 볼 수 있다.

둘째, 從業員關係分野에 있어서는 여러 項目에 고루 투자되고 있는데 특히 여성고용項目에 가장 많은 支出이 支出되고 있는 것으로 나타났다. 그러나 장애인고용 項目에는 전혀 支出되고 있지 않다.

셋째, 消費者關係分野에 있어서는 애프터서비스와 品質改善項目에 집중적으로 투자되고 있다. 그러나 상품의 안전성項目에는 전혀 支出되고 있지 않는데, D農藥株式會社의 업종의 특성상 상품의 안전관리에 세심한 주의를 기울여야 함에도 전혀 支出되고 있지 않다는 것은 큰 문제점이라고 할 수 있다.

넷째, 地域社會 關係 分野중 장학금 지급 고용기회 제공 및 기업 편의시설 제공에는

전혀 지출되고 있지 않은데, 이러한 점은 D농약주식회사가 중소기업으로서 아직은 여력이 없기 때문인 것으로 볼 수 있다.

다섯째, 其他分野중 협력업체와의 관계증진項目에 대단히 높은 비율로 支出되고 있는데, 이는 업종의 특성상 협력업체(특히, 대리점)와의 유기적인 관계를 중시하는 경향이 있는 것으로 볼 수 있다.

또한 신기술개발項目에도 높은 비율로 支出되고 있는데, 이는 D農藥株式會社가 업종의 다각화를 추진하고 있는데 그 이유가 있는 것으로 알려지고 있다.

IV. 結 論

본 研究는 企業의 社會的 責任遂行을 위한 적절한 支出規模는 어느 정도가 되어야 하는가에 대한 利害關係者集團의 認識度를 調査하고, 標本 企業이 社會的 責任遂行費用으로서 支出한 實態를 調査·分析함으로써 우리나라 企業의 社會的 役割 및 責任遂行에 대한 객관적 평가기준의 확립에 기여할 目的으로 수행되었다.

본 연구의 결과를 要約하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상자집단은 企業이 社會的 責任을 遂行하기 위한 賣出額으로서 賣出額의 2.75~3.25%를 割當해야 한다고 應答하였다. 이는 1984년 先行研究에 의한 실태조사결과인 1.37%보다 훨씬 높은 비율이다. 이러한 결과는 그간 企業의 社會的 責任이 증대되었음을 의미하는 것이라고 생각된다.

그런데, 社會的 責任項目중 從業員關係分野가 다른 分野에 비하여 상대적으로 높은 비율로 나타나고 있는데, 이는 勞使紛糾 등의 영향으로 이 부분에 보다 많은 지출이 요청되고 있는 것으로 分析된다.

또한 消費者關係分野와 地域社會關係分野에 대한 支出比率의 인식에 있어서 조사대상자집단간에 유의적 차이가 없는 것으로 나타났는바, 이는 이들 두 분야의 項目들이 企業의 維持, 發展과 불가분의 관계가 있음을 의미하는 것으로 생각된다.

둘째, 標本企業의 社會的 責任遂行實態를 조사해 본 결과에 의하면 1984년 선행연구에 의한 조사보다 많은 사회적 지출을 하고 있는 것으로 조사 되었으며, 또한 본 연구의 設問調査結果에 얻어진 賣出額 比率보다도 높은 비율로 支出되고 있는 것으로 조사되었다.

이는 그동안 企業활동에 대한 社會일반의 批判的 輿論 및 다양한 이해관계자의 요구를 企業이 적극적으로 수용한 결과라고 분석된다.

그리고 標本企業의 규모별 社會적 支出비율을 볼 때 大企業이 中小企業보다는 높은 비율로 支出하고 있으며, 標本企業의 기능별에 있어서는 公企業이 私企業보다 높은 비율로 지출하고 있는 것으로 조사되었다.

이러한 결과를 가지고 우리나라 전체기업의 社會的 支出實態로서 일반화할 수는 없다고 하더라도 단편적으로나마 현상태에서의 企業의 社會的 責任遂行實態를 가늠해 볼 수 있으리라고 본다.

본 研究는 다음과 같은 限界點을 갖는다.

첫째, 본 研究의 調査對象者들이 企業의 社會的 責任에 대한 전체의 이해관계자집단을 代表한다고 보는데는 약간의 疑問이 있다. 왜냐하면 企業의 社會的 責任과 관련된다고 볼 수 있는 政府機關의 勤務者, 消費者團體, 地域住民 등을 포함하지 아니하여 다양한 이해관계자의 의견수렴을 하지 못한 감이 있기 때문이다.

따라서 專門集團의 성격을 갖는 본 연구의 조사대상자들에 대한 연구결과를 가지고 일반적인 利害關係者集團의 認識으로 一般化하는데는 限界點이 존재하게 된다.

둘째, 設問調査에 의한 資料蒐集上的 限界點이 있다. 즉 설문조사를 토대로 하여 연구를 진행하였기 때문에 설문지법이 안고 있는 한계를 본 연구가 그대로 갖게 될 수밖에 없다.

셋째, 設問調査의 대상이 된 企業의 社會的 責任項目들은 貨幣價値로 측정가능한 것만을 대상으로 하였는데, 이러한 項目들이 企業의 社會的 責任遂行結果를 제대로 반영할 수 있는지에 대하여 疑問點이 있을 수 있다.

넷째, 企業의 社會的 支出規模의 認識度에 대한 調査對象者集團間的 差異有無의 檢定은 가능하였으나 그러한 差異가 나타나는 原因에 대해서는 충분한 규명이 이루어지지 못한 것으로 생각된다.

다섯째, 企業의 社會的 支出實態를 調査·分析하는데 있어서 3개의 標本企業만을 대상으로 함으로써, 우리나라 企業의 社會的 責任遂行實態로서 一般化시킬 수 없는 限界點이 존재하게 된다.

이상과 같은 限界點을 補完하여 앞으로 研究되어야 할 과제로는 다음과 같은 것이 있다.

첫째, 本 研究의 調査對象者集團을 포함한 보다 광범위한 調査對象者들을 선정하여 研究를 수행함으로써 企業의 社會的 責任遂行에 관한 研究를 보다 깊이 있게 발전시켜야 한다.

둘째, 本 研究에서는 設問紙法에 의존하여 資料를 수집하였으나, 設問紙法 이외에 實驗方法 및 觀察法등을 이용한 研究가 요망된다.

셋째, 企業의 社會的 責任範圍 및 程度는 業種, 企業規模 등에 따라 差異가 있을 수 있다. 따라서 向後에는 다수의 標本企業을 선정하고 이를 다시 業種別 또는 規模別로 구분하여 研究할 필요가 있다.

넷째, 本 研究에서는 貨幣價値로 測定可能한 項目만을 대상으로 하였으나, 向後의 課題로서는 企業의 社會的 責任과 관계되는 모든 質的項目들을 대상으로 하는 研究가 추가되어야 한다.

다섯째, 企業의 社會的 責任의 遂行實態를 연구하는데 있어서는 會計實務界의 積極적인 協調 및 參與가 이루어지는 產學協同에 의한 共同研究가 요청된다.

참 고 문 헌

1. 李鍾元, 「經濟經營統計學」, 博英社, 1987.
2. 李義俊, 「企業社會會計論」, 三英社, 1983.
3. 韓奇洙, “企業의 社會的 責任에 관한 實證的 研究” 延世大學校 大學院, 博士學位論文, 1987.
4. 黃允植, “企業社會會計의 有用性 提高方案에 관한 研究” 동아대학교 대학원, 박사학위논문, 1985.
5. 洪斗承, 「社會調查分析」, 茶山出版社, 1987.
6. 全國經濟人聯合會, 한국경제연구원, 「企業의 社會奉仕」, 1984.
7. 全國經濟人聯合會 經濟·技術調查센터, 「企業의 社會的 責任과 새 經營理念」, 1981.
8. 韓國銀行, 「企業經營分析」, 1989.
9. 韓國公認會計士會, 「會員名簿」, 1989.
10. 韓國上場會社協議會, 「上場會社總覽」, 1989.
11. 韓國科學技術研究院, 「SAS 공개강좌」, 1990.
12. 韓國會計學會, 「會員名簿」, 1989.
13. 德谷昌勇, 「企業社會會計」, 白挑書房, 1979.
14. 山形體可, 「社會責任會計論」, 同文館, 1977.
15. 占部都美, “企業の社會的責任にまる 經營學的 接近方法”, 日本經營學會編, 「企業의 社會的 責任」, 1975.
16. 日本通產省, 「企業行動의 現況と問題點」, 1977.
17. ———, 「企業能力의 社會的 活用調查研究」, 1978.
18. American Accounting Association, *A Statement of Basic Accountion Theory*, Evanston, III AAA, 1966.
19. ———, “Report of the Committee on Measurment of Social Costs”, *The Accounting Review, Supplement to Vol. XLVI*. 1974, pp. 99~113.
20. ———, “Report of the Committee on Measures of Effectiveness for Social Program”, *The Accounting Review, Supplement to Vol, XLVI*, 1974, pp.336~396.

21. Barnett, A. H. and J.C.Caldwell, "Accounting for Corporate Soceal Performance; A Survey," *Management Accountion*, November 1974, pp. 23~26.
22. Belkaoui, A. *Socio-Economic Accounting*, 1984.
23. Beresford, D. R. "Social Responsibility Disclosure Grows," *Management Accountion*, May 1977. pp. 56~60.
24. Beresford, D.R. and S.A. Feldam, "Companies Increases Social Responsibility Disclosure," *Management Accounting*, March 1976, pp.51~55.
25. Bowen, H. R. *Social Responsibility of the Businessman*, Harper & Row, 1953.
26. Caroll, A. B., *Managing Corporate Social Responsibility*, Little, Brown and Co., 1977.
27. Chamberlain, N. W. *Social Responsibility & Strike*, New York : Harper & Row, 1953.
28. Corson, J. J. and G. A. Steiner, "Measuring Business's Social Performance", *The Corporate, Audit The Committee for Economic Development*, 1974.
29. Davis, G. B. and Clyde A. Parker, *Writing the Doctorial Dissertaton*, Barron's Educational Series Inc., 1979.
30. Davis Keith and Robert L. Blomstrom, *Business and Society : Environment and Responsibility*, McGraw : Hill Book Co. 1975.
31. Deller, W. "Accounting for Corporate Social Performance," *Management Accounting*, Feb. 1974.
32. Elias, Nabil and Marc Epstein, "Dimensions of Corporate Social Reporting," *Management Accounting*, March 1975. pp. 36~40.
33. Langevin Marcel "Corporate Social Responsibility Accounting ; A Canadian Empirical Study", ph.D. Dissertation, Syrause Univesity, 1982.
34. Linowes, D. F. "The Accounting Profession and Social Progress," *The Journal of Accountancy*, July 1973. pp.32~40.
35. McFarland, D. F., *Management and Society* , New York : Prentice-Hall, 1982.
36. Mobley, S. C. "The Challenges of Socio-Econmic Accounting," *The Accounting Review*, October 1970. pp.762~768.
37. National Association of Accountant, "Accounting For Corporate Social Performance",

- Management Accounting*, February, 1974. pp.39~41.
38. Ostlund, L. E. "Attitudes of Manager Toword Corporate Social Responsibility",
California Management Review, Summer 1977. Vol. XIX, No.4. pp.35~49.
39. Schreuder, H. "Employees and the Corporate Social Report : The Doutch Case", *The Accounting Review*, Vol.LVI, No.2, April 1981. pp.294~308.
40. Steiner, G. A. *Business and Society*, Random House, 1975.
41. Sturdivant, F. D. and J. L. Ginter, "Corporate Social Responsiveness; Management Attitudes and Economic Performance", *California Management Review*, Spring, 1977. Vol. XIX No.3. pp. 30~39.

附錄(設問紙)

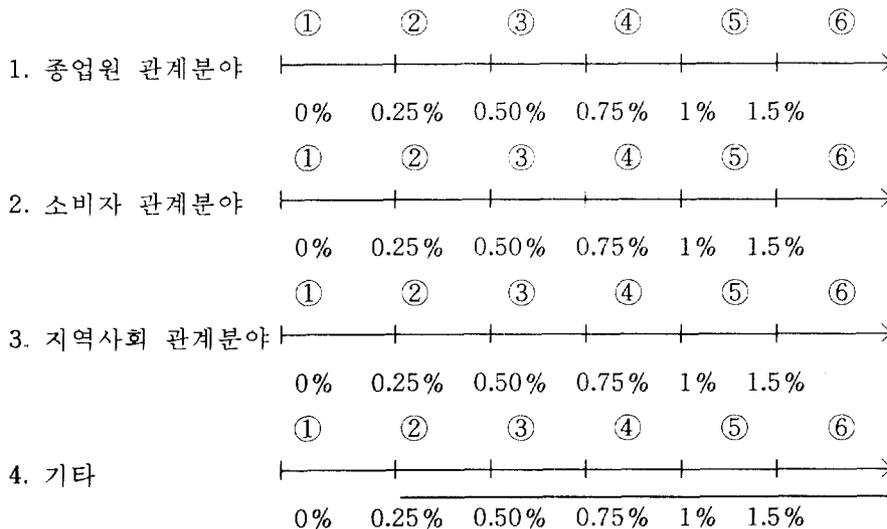
〈企業의 社會的 責任範圍〉

社會的 責任分野	各 分野別 項目
종업원 關係분야	복리후생시설, 교육 및 능력개발, 산업재해예방, 여성고용, 장애자고용, 보훈자녀고용, 임금비용, 노동조합지원, 주택지원, 상호회지원, 자녀장학금, 종업원과의 대화비용
소비자 關係분야	상품저가제공, 애프터서비스, 상품정보제공, 상품의 안전성, 소비자운동지원, 진실한 광고노력, 품질개선, 상품유통경로단축노력, 소비자와의 대화 비용, 소비자관련자료의 입수분석
지역사회 關係분야	공해방지 및 환경보존, 복지시설제공, 장학금지급, 불우이웃돕기, 고용기회제공(직업훈련), 지역개발의 지원, 지역주민과의 대화, 지역주민안전대책, 기업편의시설제공
기 타	자원보존 및 에너지절약, 문화·예술·학술활동의 지원, 신기술 개발, 교통질서의 개선, 경영합리화 노력, 협력업체와의 관계증진

* 각 분야별 항목은 현금지출을 수반하는 것으로 전제하고 응답

[제 I 부] 企業의 社會的 支出規模에 대한 認識度 調査.

기업이 사회적 책임을 수행하기 위해 다음의 각 분야에 대하여 당해 기업의 매출액 중 어느 정도의 비율(%)을 할당해야 한다고 생각하십니까?



[제Ⅱ부] 標本企業의 社會的 支出實態] 調査.

귀하의 회사에서는 앞에서 제시된 각 사회적 책임항목에 대하여 1989. 1.1-1989.12.31에 지출된 금액은 얼마나 됩니까?

[제Ⅲ부] 應答者의 人的事項.

1. 귀하의 근무처는?
2. 귀하의 직위는?

