

사회공헌활동을 통한 기업의 글로벌 CSR: 삼성전자 CSR 전략을 중심으로

이 중 학(제1저자)

서강대학교 경영전문대학원 글로벌서비스경영학과

김 민 균(교신저자)

서강대학교 경영학부

Global CSR of enterprises through Social Contribution Activities: Focusing on Samsung Electronics' CSR strategy

Lee, Jong Hag(First Author)

Ph.D, Candidate, Graduate school of Business, Sogang University

Kim, Minkyun(Corresponding Author)

Professor, Sogang Business School, Sogang University

Abstract

CSR is 'stakeholder-based management activities' which enhance corporate value in the mid-to long-term. In this study, we would like to analyze the core attributes of regional CSRs, along with the global and local CSR elements that global enterprises should consider in the performance of social responsibility activities. In preparation for the fourth industrial revolution, Samsung Electronics is conducting two pillars, which are youth education for future generations and win-win cooperation to support small and medium-sized enterprises for their

development.

It is pushing to resolve social polarization and solve youth unemployment issues and carrying out shared growth with others. In other words, the company will push ahead with its direction to generate practical results by utilizing Samsung Electronics' core capabilities and resources to solve important challenges in Korean society. It was confirmed that global enterprises are evolving their social responsibility activities in various ways, including social achievements and the pursuit of community development and change.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Responsibility, Core capabilities, Win-win cooperation, Stakeholder-based management activities

접수일(2020년 10월 29일), 수정일(2020년 11월 16일), 게재확정일(2020년 11월 18일)

I. 서론

한국의 2020년 2분기 예상 실질 국내총생산(GDP) 성장률은 전기 대비 $\Delta 3.3\%$ 로 하락했다. 외환위기 당시인 지난 1998년 1분기 $\Delta 6.8\%$ 하락 이후 22년 3개월 만의 최저치이다(서울경제, 7월 23일자). 기업들은 비즈니스 모델을 개발하고 시장을 창출하는 과정에서 다양한 방식의 기업가정신(Entrepreneurship)을 통하여 기업의 성장을 도모한다. 경영 불확실성이 커질수록 최고경영자(CEO)의 역할이 중요하며 한국은 급변하는 저성장 국면에 접어들어 새로운 성장동력을 찾아야 하는 상황에서 공정이 화두로 떠오르며 기업의 새로운 역할도 중요해졌다. 기업이 꾸준히 이익을 내고 지속해서 성장하려면 기업의 사회적 기여라는 토대가 필요하다는 공감대가 형성되고 있기 때문이다(명순영 등, 2020).

기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility, CSR) 관련 CSR 활동을 하는 동기와 CSR의 기업 이미지 제고와 경영전략 및 기업문화에 미치는 영향을 포함해 사회 심리적인 효과에 관한 다양한 연구가 진행되고 있다. 특히 21세기에 들어서면서 국제적인 금융 위기 발생과 세계 경제의 장기 불황 등으로 여러 사회 문제가 대두됐다. 거대한 부를 축적한 기업이 적극적으로 사회 이슈에 대응하고 사회문제를 해결해야 한다는 시민의 요구가 증가하고 있으며 기업의 사회적 책임이 더욱 중요한 이슈가 되고 있다.

2017 대한민국 CSR 국제 콘퍼런스에서 GRI(Global Reporting Initiative) Chief

Executive Tim Mohin은 “기업의 사회적 책임은 기업경영에 있어서 선택이 아닌 필수가 되었으며 이해관계자와의 긴밀한 협력을 기반으로 비즈니스와 CSR을 전략적으로 결합하여 기업을 둘러싼 사회·환경문제를 해결함과 동시에 비즈니스 가치를 어떻게 높일 것인가 하는 것이 글로벌 시장에서 기업의 생존과 성장 여부를 결정하는 중요한 요인이 되고 있다”라고 하였다(KOSRI, 2017).

UN을 비롯한 OECD, ILO 등과 같은 국제기구들 또한 기업들에 CSR에 대한 지속적인 관심과 지원 등 역할을 강조하고 있으며 특히 사회적 책임에 대한 국제 표준인 ISO26000의 제정과 함께 CSR에 대한 기업의 적극적인 대응을 요구하고 있다(명창식, 2015). 기업이 경쟁사를 뛰어넘는 수준의 CSR 활동을 전개하지 않으면 재무적 성과 창출에 어려움이 있으며 산업 전반적으로 CSR 활동을 많이 전개하면 그만큼 투자자나 이해관계자가 호의적인 시각을 갖게 된다는 것을 알 수 있다.

2015년 LOTTE Social Impact Conference 관련 한국을 방문한 ISO26000 집행위원장 Martin Neureiter는 “앞으로 기업의 CSR은 이익을 가지고 무엇을 어떻게 하느냐가 아니라 무엇으로 그 이익을 창출하는지가 더 중요해질 것”이라고 강조 하였다(더나은미래, 2015). 이러한 사회적 가치에 대한 필요성을 넘어 사회적 가치를 높이기 위해서 이제는 사회적 가치가 왜(Why) 중요한가에 대한 문제 제기를 벗어나 무엇(What)으로 어떻게(How) 해야 할 것인가에 대한 실행에 집중해야 할 때이다.

CSR에 관한 연구도 활발하게 진행되고 있으며 본 연구에서는 글로벌기업이 사회적 책임 활동의 수행에 있어서 적극적으로 고려해야 하는 글로벌 및 로컬 관점의 CSR 주요 요소와 함께 지역별 CSR의 핵심 속성을 분석하고자 한다.

기업에 대한 긍정적인 평판은 고객이 해당 기업에 몰입하고 충성하게 만들면서 고객은 자발적으로 평판이 좋은 기업을 도와주게 된다(최진용 등, 2019). 기업의 모든 경영활동은 주주, 임직원, 고객뿐만 아니라 이해관계자로서 둘러싸고 있는 모든 요소를 고려해야 하며 직접적인 관계가 존재하지 않는 사회 구성원까지 모두가 기업의 이해관계자임을 인식하고 그들과 함께 구성하는 환경 속에서의 한 구성원이자 기업시민으로서 그 역할과 책임을 다하는 것이 중요하다(서창적 등, 2012).

본 연구는 1969년 가전제품 OEM 기업으로 시작하여 1993년 국내기업 최초로 사회봉사단을 창단하고 국내기업 중 글로벌 평판 44위(RepTrak, 2020)의 선두기업인 삼성전자의 사례 분석을 통하여 사회공헌 사업의 주요 내용을 점검하고 사업수행의 방향과 관련된 실무적 시사점을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 기업의 사회적 책임(CSR) 정의

기업의 사회적 책임(CSR)은 기업 활동으로 영향을 받거나 영향을 주는 직·간접적 이해관계자들에 대해 발생 가능한 제반 이슈들에 대한 법적·윤리적·경제적 책임을 감당할 뿐만 아니라 기업의 제반 리스크를 줄이고 기회를 포착하여 중장기적으로 기업 가치를 높일 수 있도록 일관되게 추진하는 일련의 ‘이해관계자 기반 경영활동’이라고 할 수 있다(중소벤처기업부 중소기업 24 홈페이지).

초기의 대표적 논의는 Bowen(1953)이 ‘오늘날 회사는 사회적 권력의 중심이며 회사의 행동은 다양한 방식으로 대중의 삶에 영향을 미친다’고 강조하였다. 또한 Carroll(1979, 1991)은 기업의 사회적 책임이 강제성의 항목별 정도에 따라서 경제적 책임, 법률적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임의 4단계로 구별되며 ‘네 가지 책임이 순차적인 것이 아니며 상호 보완적이며 협력적인 것’이라고 설명하였다.

2000년대 들어서는 CSR의 영역을 확장하고 지속가능성과 이해관계자의 중요성을 강조하였다. Porter and Kramer(2006, 2011)는 CSR의 4대 기준으로 도덕적 의무, 지속가능성, 사업 적합성, 평판을 각각 제안하였으며 ‘CSR 자체를 새로운 경영 패러다임의 일부로 만들어야 한다’라고 주장하였다. Dahlsrud(2008)는 기업의 사회적 책임에 관한 연구가 어떤 방향으로 이루어지는가에 관한 연구에서 정의 자체보다는 경영전략의 변화에 맞게 적절하게 구성되는 것이 중요하다는 점을 강조하고 있다.

국제기구별로도 다양하게 정의하고 있으나 공통점을 찾아보면 CSR이란 기업의 이익을 창출하는데 책임감을 느끼고 있던 범위를 넘어 이해관계자를 포함한 사회와 환경 등에 대하여 실천하는 행위임을 알 수 있다. 세계지속가능발전집행위원회(World Business Council for Sustainable Development, WBCSD)는 기업의 사회적 책임을 ‘기업이 윤리적으로 활동하며 경제 성장에 이바지하는 한편 노동자와 가족은 물론 사회 전반에 걸쳐 삶의 질을 개선하기 위하여 지속해서 노력해야 한다’라고 정의하고 있으며 EU는 기업이 사회·경제적 문제를 기업 활동과 이해관계자의 상호작용 내에서 자발적으로 통합시키는 개념으로 정의하고 있다(Dahlsrud, 2008). 또한 경제협력기구(Organization for Economic Cooperation and Development, OECD)는 기업이 사회와의 공생관계를 성숙·발전시키기 위하여 추진하는 행동이라고 정의하고 국제노동기구(International Labor Organization, ILO)는 기업이 법률상 의무를 넘어서 자발적으로 이해관계자들에게 미치는 영향으로 정의하고 있다(김성택, 2015).

<표 1> 기업의 사회적 책임(CSR) 정의

기구	용어	정의
UNCATD (유엔무역개발회의)	CSR	- 사회의 요구사항·목표에 대응하고 영향을 미치는 여부
OECD (경제협력개발기구)	CR	- 기업과 사회와의 공생관계를 성숙·발전 관련 취하는 행위
EU 집행부 (유럽연합)	CSR	- 사회에 미치는 영향에 대한 기업의 책임
ILO (국제노동기구)	CSR	- 기업이 법적 의무를 넘어 자발적으로 추진하는 주도권 - 기업 활동이 이해관계자에게 미치는 영향에 대한 검토 방식
ISO (국제표준화기구)	SR	- 경제·사회·환경문제 관련 사람·지역공동체·사회에 혜택이 미칠 수 있도록 추진하는 활동
WBCSD	CSR	- 직원·가족·지역사회·사회 전체와 협력, 지속가능한 발전에 기여하고 삶의 질을 향상하게 시키고자 하는 기업의 의지
*World Bank (세계은행)	CSR	- 선량한 경영개발 통한 지속가능 경제발전과 직원·부양가족, 지역사회 등 사회 가치증진에 이바지하는 일련의 기업활동
*CSRwire (뉴스·정보 포털)	CSR	- 고객·직원·투자자·환경 등 모든 이해관계자의 가치를 고려한 기업의 전사적 노력
*BSR (사회적 책임위한 경영자협의회)	CSR	- 사회가 비즈니스를 소유하고 있다는 윤리적·법적·상업적 및 공적인 기대를 충족·초과 수준으로 비즈니스를 행하는 것

출처: 외교통상부 연구용역 결과보고서(2011), p.48. *김성택(2015).

2.2 CSR 관련 국제적 동향

CSR이 국제적으로 주목의 대상이 되는 계기는 1970년대부터 UN, OECD, ILO 등 국제기구가 중심이 되어서 다양한 국제기준 또는 가이드라인을 제정하며 기업 활동을 감시하는 방안으로 활용한 것이 중요한 역할을 하였다. 이후 2000년에 UN은 자발적으로 회원에 가입한 기업들이 환경·노동·인권·반부패의 4개 분야의 10대 원칙을 준수하고 관련 연차보고서 제출을 요구하는 UNGC(UN Global Compact)를 출범하였다.

국제표준화기구(International Standardization Organization, ISO)는 전 세계의 정부, 기업, NGO를 비롯한 다양한 이해관계자가 참여한 광범위한 공론화 작업을 통하여 2010년 11월 사회적 책임 가이드라인으로 ISO26000을 발표하였다. ISO26000은 7대 핵심 주제인 ‘지배구조, 인권, 노동, 환경, 공정 운영, 소비자 이슈, 지역사회 참

여'에 대한 표준을 요구하며 한국 사회에서도 정부와 기업 및 모든 조직이 이를 실천함으로써 신뢰 사회의 기반이 구축될 것이다(정택진 등, 2013).

기업의 지속가능보고서에 대한 가이드라인을 제시하기 위해 출범한 국제기구 GRI(Global Reporting Initiative)는 미국의 비영리단체인 CERES(Coalition for Environmentally Responsible Economise), UNEP(United Nations Environment Program, 유엔환경계획)가 1999년에 만든 단체로 2000년 초판을 발표하였으며 2013년 가이드라인 G4를 채택하고 있다.

또한 UN은 2015년 9월 뉴욕개발정상회의에서 2030년까지 달성해야 할 국제사회의 공동 17개 목표로서 지속가능발전목표(Sustainable Development Goals, SDGs)를 발표했다. 절대빈곤 퇴치, 영유아와 산모 사망률 완화, HIV·AIDS와 말라리아 등 질병의 감소, 보편적 초등교육의 확산을 넘어 상기 과제들의 종식을 목표로 국내외의 불평등 문제, 정의, 기후변화, 인권, 성평등, 환경 지속성, 평화와 안보를 포괄하는 개발목표를 제시하고 있다(최윤국, 2017).

CSR은 이처럼 20세기에 들어 전 세계적으로 기업을 둘러싼 정치, 경제, 사회, 환경의 변화 및 발전과 흐름을 같이하고 있으며 기업 내부의 요인보다는 외적인 요인에 의해 등장하고 확산하였다고 볼 수 있다. 기업의 사회적 책임은 도덕적인 문제로 법률로 강제화하는 것에 대한 일부의 부정적인 주장도 있으나 한국을 포함한 주요 국가들은 CSR의 법제화를 통하여 CSR을 확대 및 발전시키는 단계에 있다. 최근의 흐름은 회사법상 일반규정으로 도입하기보다는 환경 관련법, 인권 관련법 등을 통해 주제별로 입법화하는 경향을 보인다(곽관훈, 2017). 국가 차원의 법제화 구축은 기업에 대한 법리적 강제를 통하여 공공의 목적을 달성할 수도 있고 기업에 대한 부정적인 영향을 감소시킬 수 있는 긍정적인 측면도 존재한다.

<표 2> 주요국의 CSR 관련 법제화 추진 동향

국가	주요 내용
인도네시아	- 2007년 세계최초 기업 CSR활동 의무화 유한책임회사 법률 제정(UU No.40) - 회사 운영이 자연자원 관련 CSR프로그램을 의무적 시행토록 규정(74조)
영국	- 2000년7월 연기금을 사회적 책임펀드에 의무적 투자 수정연기금법 시행 - 회사법 2006, 상장회사는 사업 이해범위내 환경문제·지역이슈 공시 의무화
프랑스	- 2001년 기업 연례보고서에 사회적·환경적 영향 명문화 「신경제규제법」 제정
독일	- 2001년부터 연기금 운용회사에 대한 CSR 보고서 제출을 의무화 - 2010년 10월 국가 차원의 CSR 전략인 'CSR Action Plan' 도입 - "Made in Germany"를 CSR과 연계하여 "CSR-Made in Germany"로 사용
스웨덴	- 2007년 공기업 비재무적 공시, 2012년 지속가능경영 목표수립·달성 법제화 - 외교부 '글로벌 책임 스웨덴 파트너십' 기업의 사회책임경영 활동 지원
중국	- 「중앙정부·국영기업의 지속가능경영 가이드라인」, 국영기업·공기업 위주 지속가능경영 활동 공시 및 실행 추진 - ISO 26000 기초 민간·외자·국유기업 100대 사회적책임 우수기업 발표, 우수기업은 정부조달 우선권, 미흡기업은 관리감독 강화 등의 제재 부과
일본	- 「환경정보의 제공 촉진 등에 관한 법률」에서 대기업 등에 대해 환경영향 감소 노력을 담은 환경보고서를 자율적으로 공표할 것을 권장
한국	- 저탄소 녹색성장 기본법(2012) 의거, 사업보고서에 기업의 온실가스 배출량, 에너지사용량, 녹색기술 인증사항 등 공시 의무화
남아프리카 공화국	- King Report on Corporate Governance 요하네스버그 증권거래소 상장 반영 GRI 가이드라인 기준으로 사회적 책임 정보를 공시토록 법으로 규정
*미국	- 금융규제개혁법은 금융시장 개혁의 하나로 분쟁 광물에 대한 거래를 규제 - 목재법(Lacey act, 2008) 제정, 법률 위반 취득한 목재 및 목재 제품을 국제적 또는 미국 국내 거래 제한

출처: 한국무역협회 국제무역연구원(2014), Trade Brief, No.31, p.2. *곽관훈(2017).

2.3 글로벌기업의 CSR 전략

사회공헌활동은 기업의 사회적 책임을 발현시키는 중요한 방법이자 행위로 설명할 수 있다. 기업 사회공헌의 범위가 국내를 넘어 글로벌로 확장되고 있으며, 이는 기업의 글로벌화가 오랜 시간에 걸쳐 진행되어 국내뿐만 아니라 해외 진출 지역에 대한 사회적 책임이 중요시되기 때문이다. 그 결과 CSR에 대한 필요성과 실행의 요구가

세계적으로 급속히 확대되고 있다. 이에 대응하여 미국·유럽 등의 글로벌 기업들은 CSR을 수동적으로 받아들이는 수준에서 벗어나 이를 적극적으로 비즈니스에 활용해 나가고 있다. 또한, 전략적 사회책임경영(strategic CSR) 개념을 도입하여 CSR을 기업의 비즈니스·핵심역량과 연계하는 전략적인 CSR 실행모델을 창출하고 있다(안영도, 2011). 세계 곳곳에서 글로벌 기업의 다양한 사업 활동이 수행됨에 따라 기업들도 CSR 관리조직을 두고 지속 가능 보고서에서 CSR을 중요하게 다루고 있다.

다른 한편으로 다국적기업은 글로벌 차원의 CSR 요구사항과 함께 현지에서의 외국인비용(LoF: Liability of Foreignness)을 극복하기 위해 로컬 특성을 고려해야 하는 문제도 포함하고 있다(이양복, 2015). 기업의 CSR 활동을 현지국의 커뮤니티에 기반을 두는 로컬 CSR과 전 세계의 사회 차원의 규범과 표준에 대한 준수를 의무로 판단하는 글로벌 CSR 개념으로 제시하고 있으며 로컬 CSR과 글로벌 CSR의 상호 간의 주요한 차이는 커뮤니티의 요구와 관계로 정의 하였다(Husted and Allen, 2006).

<표 3> 글로벌 CSR과 로컬 CSR 분석

구분	글로벌 CSR	로컬 CSR
개념	글로벌사회 적용, 공통 표준기반 기업의무	로컬 커뮤니티 기반의 기업 의무
외부적 작용	통합·조정, 다국적 이해관계자, NGO, 글로벌 사회적 문제점	현지 대응, 다른 고객, 유통채널, 시장구조, 현지국 요구, 로컬 커뮤니티·비즈니스 연계 등
유형	인권보호, 환경보호, 유엔 글로벌 impact 등	남아프리카 실업률, HIV·AIDS 등
측정변수	환경적 이슈, 사회적 명분 활동에 대한 회사의 지원 여부	고용 창출, 커뮤니티 프로젝트(협업) 가능성
장점	글로벌 CSR 활동 표준화, 통합·조정과 Combination	현지 상황에 따른 대응력 강화, 현지의 문화적 차이 및 선호도 고려
단점	현지 요구에 대한 신속한 대응 어려움, 현지국에서의 정당성 확보 어려움	명확한 책임과 내부적 통제 어려움, 높은 수준의 조정과 통제 필요

출처: Husted and Allen(2006). 이양복(2015).

글로벌 기업들은 브랜드 이미지 제고와 법적, 사회적 리스크 관리 그리고 새로운 시장 개척의 관점에서 CSR을 적극적으로 도입해야 할 필요성이 대두되었다. 국제규범과 더불어 국내 경제적 요인 및 사회적 압력 등의 요인으로 각국 정부는 사회적 책임을 확산시키고 법제화를 추진하고 있다. 국제표준으로서 CSR의 필요성은 같게 인

식되나 정치, 경제, 환경, 문화 등의 기업 활동의 환경에 따라 다르게 해석되어 이해 방식의 다원화가 필요하다. 특히 다국적기업은 매출이 전 세계에서 발생해 기업의 CSR 활동은 국제적 표준과 각 지역의 특성이 반영되어 나타난다(이상민, 2016).

각국의 CSR 강화는 한국 기업의 해외 진출 전략 수립할 때 간과할 수 없는 요인으로 등장하는바 사전에 동향을 분석하고 대응 방안을 모색할 필요성이 있으며 주요 국가 및 기업들이 CSR을 공급망(Supply Chain)에 속한 모든 기업에 적용하는 추세로서 해외 진출에 중요한 고려사항으로 등장하고 있다. 이제는 CSR 이행 역량의 강화는 기업 경쟁력 일부이며 CSR 활용을 통하여 새로운 시장기회 창출도 가능한바 해외 정책 및 기업 동향을 파악하고 이해할 필요가 있다.

미국식 CSR은 자유주의적 시장체제에서 기인하여 적은 규제, 많은 인센티브, 사회 틈새시장 공략 기회 등의 다양한 제공에 따라 명시적 CSR을 지향하고 있으며 반면 유럽식 CSR은 사회문제에 대해 국가개입이 높아 국가의 규제와 보호 정책이 암묵적으로 기업의 CSR 수준을 좌우하는 경향을 나타내고 있다(Jamali and Neville, 2011).

명시적 CSR은 기업의 사회적 책임으로 인식되는 문제에 대한 자발적이고 전략적인 의사결정으로 이해관계자 압력이 활동의 원인이 될 수 있으며 암묵적 CSR은 다양한 이해관계자 이슈를 해소하기 위해 기업에 요구되는 사항과 기관, 제도에 의해 설정된 가치, 규범 및 규칙으로 구성된다고 설명하고 있다(Mattern and Moon, 2008).

<표 4> 명시적 CSR과 암묵적 CSR

명시적 CSR	암묵적 CSR
사회이익을 위한 책임을 수행하는 기업의 활동	사회이익을 추구하는 제도 안에서의 기업의 역할
자발적 기업의 정책, 프로그램 및 전략	기업에 요구되는 가치, 규범 및 원칙
기업의 다양한 이해관계자의 인지된 기대 중요	기업 포함 사회참여 그룹의 역할·기여, 사회적 공감대 중요

출처: Mattern and Moon(2008).

기업들의 전략적인 CSR의 행동 유형은 이해관계자와 제도적인 측면을 고려하여 반응, 방어, 적응, 선도의 4가지의 유형으로 구분되며 반응전략은 법적이고 윤리적인 책임을 인정하지 않고자 하는 태도이고 반면 방어전략은 법적인 요건이나 법적 정당성 차원의 요건은 수동적으로 수용하되 윤리적인 부분은 수용하지 않는다는 것이다. 적응전략은 기업이 법적 책임은 물론 다양한 이해관계자에 대한 윤리적 책임을 수용하는 것이며 마지막 선도전략은 전적으로 사회적 책임을 인식하고 적극적으로 이해관계

자의 복지 제고와 사회활동에 참여하는 것으로 설명하고 있다(Lee, 2011).

따라서 일회성 사회공헌활동이 아닌 비즈니스 핵심 영역과 연계하여 CSR 활동의 지속성과 예측성을 확보할 필요가 있으며 CSR 등과 연계된 경영전략 목표를 설정하고 이를 내재화할 수 있는 지속적인 프로그램을 통해 경쟁력을 높여야 한다. 또한 동일한 가치, 다원화된 CSR 이행방식을 구현하기 위한 체계화된 가치 내재화 과정이 필요하다. 시장과 산업 생태계의 특성을 살린 CSR 이행을 위해서는 의무가 아닌 CSR 활용 비즈니스 모델을 개발하여 기회로 삼아야 하며 산업별 네트워크 내 확대되고 있는 자발적 규약을 통해 글로벌 CSR 참여를 적극적으로 검토해야 한다. 한국 기업이 글로벌 경영 활동을 넓혀 가면서 기업사회공헌, 기업사회혁신, 기업사회책임을 핵심으로 하는 글로벌 CSR은 비즈니스 기회를 창출할 것이다(안젤라 강주현, 2015).

추가로 UN Global Compact 등 글로벌 네트워크 이외에도 다양한 협의체를 통하여 가이드라인의 설정과 비즈니스 사례를 공유하면서 이해관계자와의 적극적인 소통 강화를 추진해야 하며 기업의 신뢰도 확보를 통한 글로벌 경쟁력 강화를 위하여 CSR 활동의 투명성 제고와 성과관리 및 홍보체계 구축도 필요하다.

Ⅲ. 글로벌 사례 분석

3.1 삼성전자의 CSR 전략

삼성전자는 2019년 2월 창립 50주년을 맞이하여 새로운 사회공헌 Vision ‘함께가요 미래로! Enabling People’을 발표하였다(삼성전자 지속가능경영보고서 2020, 2020).

삼성전자 CSR의 기준은 삼성의 5대 핵심 가치 중에서 인재 제일과 상생추구를 기반으로 CSR을 적극적으로 추진하며 이와 연계되는 중요한 CSR의 2대 영역은 청소년 교육과 상생 협력으로 설정하였다. 4차 산업혁명에 대비하여 청소년 교육을 통한 사회 양극화 해소와 청년들의 실업 문제 해결에 주력하고 중소기업 및 스타트업 활성화를 위한 지원과 협력을 강화하고 미래기술 육성 등과 함께 적극적으로 동반 성장을 추진하기로 하였다. 인재를 양성하고 상생을 통한 혁신을 이루어 더 나은 세상을 만드는데 기여하겠다는 방향성을 제시하고 있다.

<그림 1> 삼성전자 CSR 기준



출처: 삼성전자 홈페이지·지속가능경영보고서 2020·인터넷뉴스 등 종합, 연구자 재구성.

청소년 교육프로그램의 대표적인 사업들을 살펴보면 청년SW아카데미(Samsung Software Academy For Youth, SSAFY) 사업은 삼성의 SW교육 경험과 노하우를 활용하여 미취업 청년에게 교육을 제공하여 취업경쟁력 향상을 목적으로 2018년 시작하여 전국 4개 센터(서울·대전·광주·구미)에서 5년간 1만 명 양성을 목표로 진행 중으로 만 29세 이하 대졸 미취업 청년을 선발해 1년간 SW 교육을 시행하고 있다. 2018년에 500명을 시작으로 2019년에 500명과 2020년 750명을 선발하여 코딩교육 등과 취업 컨설팅, 기업 채용연결 및 구직행사 등으로 취업 지원을 병행하고 있다.

드림클래스 사업은 경제 형편에 따른 교육격차 심화로 가난이 대물림되는 악순환을 단절할 필요성에 중학생들에게 고른 교육 기회를 제공하는 계층이동의 ‘희망사다리’ 실현을 위해 영어·수학 학습, SW교육 및 진로멘토링을 제공하며 강사로 참여하는 대학생에게는 장학금과 리더십 함양 기회를 제공하고 있다. 중학생·대학생의 거주지 특성에 따라 주중교실(도시)과 방학캠프(읍·면·도서지역)의 2개 모델로 운영하고 있다.

스마트스쿨 사업은 디지털 교육격차 해소와 청소년 미래역량 제고를 위해 소외 지역의 학교·공공기관에 IT기기·솔루션을 활용한 디지털교육을 실시하며 디지털 트렌드 변화와 기관별 필요에 따라 미래 교육 확산형(2020년~, 콘텐츠)으로 진화하고 있다.

주니어SW아카데미 사업은 초·중·고교생을 대상으로 SW 교육 및 교육기반 조성을 목표로 SW 교육프로그램 개발과 교사를 양성하여 방과후교실 및 자유학기제를 활용한 학생 교육을 진행하고 SW 창작대회를 개최하여 2015년부터 누적 기준으로 9,600여 개 팀의 참가와 다수의 아이디어 제안 등 청소년 SW 인재 발굴을 추진하고 있다.

삼성 희망디딤돌 사업은 보육시설의 보호기간 만료로 퇴소한 청소년의 자립을 돕는

‘자립지원센터’의 건립과 운영을 통하여 교육 기회 제공을 목표로 2013년 12월 삼성전자 임직원들이 신경영 20주년 특별상여금 중 일부를 기부하고 임직원 공모를 통해 선정하였으며 보육시설 보호가 만료된 만 18세~25세 청소년 중 희망자를 대상으로 하고 있다. 자립교육과 자립 지원(취업·사회적응) 및 자립생활(2년 주거공간 제공)을 제공하며 2014년 10월 공모를 통하여 1기 사업으로 241억 원을 들여 2016년 9월부터 부산과 대구, 강원(원주)에 매년 1개소씩 자립지원센터를 건립하여 운영하고 있으며 추가로 광주(2021년)와 구미(2022년)에 건립할 계획이다. 또한 2020년부터 2024년까지 2기 사업으로 전국 5개 지역(경기·경남·전남·전북·충남)을 선정하고 자립지원센터를 건립하는 비용으로 250억 원을 사회복지공동모금회를 통해 지원 예정이다.

시각장애인 안내견 사업은 삼성화재의 손해보험업과 연계하여 시각장애인의 보행을 돕는 안내견 양성과 기증을 목표로 번식·자견 양육·은퇴견 관리·견사관리 분야에서 약 120가정이 자원봉사로 참여하고 있다. 또한 안내견의 분양에서 은퇴까지 7~8년간을 시각장애인의 생활과 재활을 지원한다.

<표 5> 청소년교육 프로그램 요약(대표 6개)

사업명	사업내용	주요성과
청년소프트웨어 아카데미 (‘18년 시작)	- 미취업청년에게 SW 전문교육 제공 - 1년간 SW교육·교육비·취업 알선	- 2018년 교육생 500명중 255명 조기 취업
드림클래스 (‘12년 시작)	- 저소득층 중학생에게 영어·수학과 SW교육, 진로멘토링 제공 - 대학생강사, 장학금·리더십함양 지원	- 누적 중학생 8.1만명, - 대학생 2.2만명 - 100명 드림클래스강사 참여
스마트스쿨 (‘12년 시작)	- 초·중·특수학교 IT기기·컨텐츠 제공 (태블릿PC·전자칠판·VR·운영SW 등)	- 국내: 97개학교, 180개 교실 - 해외: 84개국 4,153개 구축
주니어소프트웨어 아카데미 (‘13년 시작)	- 초·중·고교생 대상 SW 교사양성· 컨텐츠 개발 프로그램 지원	- 누적 교사 2천명 양성 - 학생 5.6만명 교육
삼성희망디딤돌 (‘14년 시작)	- 보육시설 퇴소 청소년 사회정착 및 자립 관련 교육·취업·주거공간 지원	- 자립지원센터 3개소 건립 - 2개소 건립중(광주, 구미)
시각장애인 안내견 (‘95년 시작)	- 보행·생활 돕는 안내견 양성·기증 - 분양에서 은퇴 평균 7~8년	- 누적 228마리의 안내견 분양 - 시각장애인 56명 안내견과 생활중

출처: 삼성전자 홈페이지·지속가능경영보고서 2020·인터넷뉴스 등 종합, 연구자 재구성.

상생협력 프로그램의 스마트팩토리 사업은 삼성전자의 제조역량 등의 강점을 활용하여 국내 중소·중견기업 경쟁력을 강화하기 위한 맞춤형 지원으로 중소벤처기업부와 중소기업중앙회와의 협력사업으로 추진되고 있다. 제조 현장 혁신 및 시스템 자동화·지능화와 환경안전 개선을 위한 스마트팩토리 구축과 구매전시회·홍보·바이어 발굴 등의 지원을 위한 판로개척, '스마트팩토리 전문가 양성' 그리고 임직원 역량 강화 교육을 위한 인력양성 관련하여 임직원 200여 명과 2018년~2022년간 총 600억 원을 지원하고 있다.

C-Lab 사업은 삼성전자 사내의 창의적인 조직문화 확산과 국내 스타트업 생태계의 활성화를 목적으로 한다. 2012년 임직원의 창의적인 아이디어를 구현하는 사내벤처 육성 프로그램인 'C-Lab Inside'를 시작으로 2015년 예비 창업자 및 외부의 스타트업 성장을 지원하기 위한 'C-Lab Outside'를 신설하여 확장하였다. 2018년부터 2022년까지 Inside 200개와 Outside 300개의 총 500개 과제의 추진을 목표로 진행하고 있다.

상생·물대지원펀드 사업은 기술개발과 설비투자 및 운영자금을 1·2·3차 협력회사에 지원하는 상생 펀드와 협력회사의 대금 지급 개선을 위해 무이자 대출을 지원하는 물대지원 펀드를 구성하여 추진하고 있다.

미래기술육성재단 사업은 국가 과학기술 발전과 혁신적 미래기술의 창출을 위해 2013년부터 10년간 기금 5천억 원을 조성하여 수리·물리·화학·생명과학의 기초과학 분야 R&D를 지원하는 것을 목표로 국내 대학교수, 공공연구기관 연구원, 벤처기업 연구원을 대상으로 연 2회 자유 공모 방식으로 과제 공모를 진행하고 있다. 글로벌 경쟁력 제고를 위해 우수과제에 대하여 삼성전자의 글로벌 브랜드와 인프라를 활용한 해외석학 초청을 통해 GRS(Global Research Symposium)를 실시하는 프로그램도 지원한다.

미세먼지연구소 사업은 미세먼지 문제가 국민 건강을 위협하는 전국민적인 국가적 현안으로 부상함에 따라 2019년 1월 '미세먼지연구소'를 설립하고 미세먼지 문제 해결을 위한 원천기술을 연구하고 있다. 미세먼지 센서, 세라믹 촉매 필터, 'Filterless 공기 정화기술' 등 삼성전자 종합기술원이 보유한 기술과 역량을 활용한 과제를 수행하며 한국(연세대, 아주대, GIST), 중국(칭화대), 미국(하버드대) 등과 연계하여 미세먼지의 생성 원인 등에 대한 근원적인 연구는 산학협력을 활용하여 진행하고 있다.

<표 6> 상생협력 프로그램 요약(대표 5개)

사업명	사업내용	주요성과
스마트팩토리 (‘15년 시작)	- 중소·중견기업의 제조경쟁력 강화, 스마트팩토리 구축·운영, 판로 등	- ‘15년~’17년: 1,086개사 지원 - ‘18년~’22년: 2,500개사 예정
C-Lab (‘12년 Inside/ ‘15년 Outside)	- 사내벤처 프로그램(Inside) - 외부스타트업 지원(Outside)	- ‘12년~’19년: 임직원 1,060명, 259개 과제 수행 - ‘15년~’19년: 278개 스타트업
상생/물대펀드 (상생 ‘10년~ /물대 ‘17년~)	- 상생: 설비·기술개발·운영자금 등 - 물대: 현금 무이자 대출 지원	- 상생: 총 2.4조원 조성, 19년 928개사/1.5조원 대출 지원 - 물대: 1조원 조성, 19년 75개사
미래기술육성재단 (‘13년 시작)	- 기초과학 R&D 지원 (10년간 5,000억원 조성)	- 누적 187개 과제 (2,780억원) - 연구진 2,500여명 참여
미세먼지연구소 (‘19년 시작)	- 국민 건강 위협하는 미세먼지 해결을 위해 연구소 설립	- 원천기술 연구 과제 진행 - 원인 규명 산학협력(‘19년10월~)

출처: 삼성전자 홈페이지·지속가능경영보고서 2020·인터넷뉴스 등 종합, 연구자 재구성.

다른 한편으로는 삼성전자는 2007년 삼성전자 기흥 반도체 공장에서 일하던 직원들이 백혈병으로 사망하면서 사회적 논란을 일으킨 문제에 대하여 2018년 11월 23일 ‘삼성-반올림 중재판정 이행 합의 협약식’에서 11년 만에 공식 사과와 함께 피해자 측과 합의한 보상 및 지원을 적극 이행하겠다고 밝혔다(한국경제, 2018).

보상대상은 최초의 양산라인인 기흥사업장의 제1라인이 준공된 1984년 5월 17일 이후 1년 이상 일한 삼성전자 현직자·퇴직자 전원과 사내 협력업체 현직자·퇴직자 전원을 대상으로 보상 기간은 2028년 10월 31일까지이며 그 후는 10년 후 별도로 정하기로 하였다. 지원 보상 범위는 백혈병, 비호지킨림프종, 다발성골수종, 폐암 등 16종의 암이며 보상액은 백혈병은 최대 1억5천만 원, 사산과 유산은 각각 1회당 300만원과 100만 원으로 확정되었다(삼성전자 반도체·LCD 산업보건 지원보상 홈페이지).

2007년 11월 「삼성반도체 집단 백혈병 진상규명과 노동기본권 확보를 위한 대책위원회」인 ‘반올림(반도체 노동자의 건강과 인권지킴이)’이 발족하면서 삼성전자 백혈병 문제가 수면위로 부상하였으며 오랜 시간과 여러 가지 어려운 절차들을 거쳐 최종 마무리를 하였다. 산업현장에서 발생하는 다양한 문제들을 해결하기 위해서는 여러 측면에서 열린 자세로 고민하는 적극적인 노력이 필요하다(추진환, 2015).

삼성전자 대표이사 김기남은 “소중한 동료와 그 가족들이 오랫동안 고통받았는데 삼성전자는 이를 일찍부터 성심껏 보살피지 못하였고 그 아픔을 충분히 배려하고 조

속하게 해결하기 위한 노력이 부족했다"고 하였다. 서로 다른 입장과 가치에 대하여 단혀있던 마음의 문을 열어나가면서 고통과 갈등을 치유할 수 있는 사회를 만들어가는 것이 기업의 사회적 책임 활동의 중요한 항목으로 솔선해서 안전보건에 대한 책임지는 자세가 더욱 절실하게 요구된다.

3.2 글로벌 CSR & 로컬 CSR

삼성전자의 글로벌 사회공헌 프로그램은 삼성전자의 전문지식, 기술과 경험, 자원을 활용하여 운영되며 전 세계에서 공통 적용되는 원칙을 바탕으로 각 지역의 환경과 니즈를 반영해 프로그램 효과를 높이고 있다(삼성전자 지속가능경영보고서 2020). 글로벌 프로그램은 ‘삼성 솔부 포 투모로우(Samsung Solve for Tomorrow)’, ‘삼성 스마트스쿨(Samsung Smart School)’, ‘삼성 이노베이션 캠퍼스(Samsung Innovation Campus)’, ‘삼성 원위크(Samsung OneWeek)’로 구성되어 진행하고 있다.

삼성 솔부 포 투모로우 사업은 2010년에 과학(Science), 기술(Technology), 공학(Engineering), 수학(Mathematics)의 STEM 지식 활용에 대한 인식을 높이기 위해 시작되었으며 청소년들이 지역 현안에 대한 아이디어를 발굴하고 STEM 관련 지식을 활용해 창의적인 솔루션을 구현하는 ‘창의 경진 교육프로그램’으로 문제 해결을 위해 발명하고 창작하는 문화를 지역사회와 학교에 널리 전파하고 있다.

삼성 스마트스쿨 사업은 삼성전자의 디바이스와 콘텐츠를 기반으로 한 교육프로그램으로 정보 접근성이 낮고 디지털 교육의 기회가 부족한 전 세계의 학생에게 디지털 교육 경험을 제공하며 이러한 경험과 노하우를 바탕으로 초등학교와 중학교에 디지털 교육을 제공하고 교육격차 해소에 기여하고 있다.

삼성 이노베이션 캠퍼스 사업은 청소년 및 미취업 청년을 대상으로 하는 기술교육 프로그램으로 AI나 데이터 분석 등 기술 관련 직무에 필요한 이론교육과 실습 교육으로 구성되어 있다. ‘삼성 테크 인스티튜트(Samsung Tech Institute)’를 비롯해 ‘삼성 주니어 소프트웨어 아카데미’, ‘삼성 청년 소프트웨어 아카데미’의 성공적 활동을 발판 삼아 2019년 10월 이노베이션 캠퍼스가 새롭게 탄생하였다.

삼성 원위크 사업은 2010년 삼성전자 임직원의 자발적인 해외 봉사활동 프로그램으로 시작하였으며 임직원들의 재능기부를 통해 사업 역량을 키울 수 있도록 돕고 있다. 2019년에는 임직원 200여 명이 일주일 동안 캄보디아, 카자흐스탄, 인도네시아, 태국, 네팔, 헝가리 등에서 현지 맞춤형 교육 봉사활동을 진행하였다.

<표 7> 글로벌 프로그램 요약(대표 4개)

프로그램	주요 내용	주요 국가 사례
삼성 솔부 포 투모로우 (‘10년 시작)	- 10년간 20여개 국가 169만명 이상 참여 - 발명·창작하는 문화 전파	- 미국 자전거용 센서 탑재 스마트헬멧 - 아르헨티나 풍력·태양열 발전 솔루션 - 아랍에미리트 야외근로자용 폭염 조끼 - 중국 인공지능 시각장애인 독서 도우미
삼성 스마트스쿨 (‘12년 시작)	- 삼성전자 디바이스·콘텐츠 기반 교육 프로그램 - 2019년까지 380만명 이상 학생에게 디지털 경험 제공	- 인도 스마트클래스(약 25만명 학습) - 한국 천태초등학교(전교생 24명 학교) - 영국 에너지 인 스킴스 프로그램 (SmartThings 플랫폼SW, 23개국 제공)
삼성 이노베이션 캠퍼스(‘19년~) 테크인스티튜트 (‘13년~‘19년)	- ‘13년~’19년까지 30여개국 20만명 이상 청년들 교육 - AI나 데이터 분석 등 기술 관련 이론·실습교육	- 태국 코딩·프로그래밍 교육 (태국정부 Thailand4.0, 40시간/10일 집중교육) - 터키 IoT(UNDP·이스탄불 공과대학 등 연계 IoT과정 운영 및 기술인재 지원)
삼성 원워크 (‘10년 시작)	- ‘10년부터 임직원 2,000여명 59개팀 구성, 약 30개 국가 1만여명 대상 봉사활동	- 인도네시아 청년여성 소상공인 교육 (반동 청년 여성 소상공인 84명 대상 1주일간 기업가정신 등 전문교육)

출처: 삼성전자 홈페이지·지속가능경영보고서 2020·인터넷뉴스 등 종합, 연구자 재구성.

삼성전자는 글로벌 프로그램 외에 현지 특성에 맞는 로컬 프로그램인 국가별 청소년 교육 사회공헌 프로그램을 운영하고 있다. 베트남의 ‘삼성희망학교’ 사업은 2013년 박남성에 제1호 학교, 2018년 타이웁웁성에 제2호 학교가 설립되었고 2020년에 박장성에 제3호 희망학교가 설립될 예정으로 지역 내 저소득 학생들에게 영어, 체육 등 방과 후 학습 과정 및 시설과 무상 저녁 급식을 지원하고 있다.

인도의 중소벤처기업부(MSME) 및 11개 주의 교육부와 협업하여 35개의 ‘테크니컬 스쿨’사업도 운영되고 있다. 인도 저소득층 청소년들이 삼성전자 IT 기기를 수리하는 기술을 배우고 실무경험을 쌓아 취업할 수 있도록 돕고 있으며 여성 청소년과 장애인들을 위한 장학금을 통해 다양한 환경의 청소년들이 교육 기회에서 소외되지 않도록 지원하고 있다. 2013년부터 2019년까지 7,400여 명이 교육을 수료하였으며 구직활동에 나선 학생들 중 45%는 삼성 서비스센터에 채용되었다.

러시아는 병원에 장기간 입원해 있는 아이들이 정규교육을 받을 수 있도록 디지털 교육 환경을 제공하는 ‘호프 포 칠드런’ 사업을 진행하고 있으며 디지털 기기를 사용해 온라인으로 교과과정에 참여 및 부모·선생님·친구와 교류하고 2014년부터 연간 1만 명 이상이 혜택을 받고 있다. 카자흐스탄 등 인근 국가로 확대 운영될 계획이다.

3.3 COVID-19 대응 활동

<표 8> COVID-19 대응활동 요약

항목	주요 내용	주요 사례
고객	- 감염 예방 IT 솔루션	- 핸드위시: 손세척 알림 애플리케이션 - 웹엑스 온 플립: 웹미팅 애플리케이션 (시스코사 협력 웹엑스 UX 개발, 탑재)
	- 고객 지원 서비스	- 24시간 헬프데스크 제공 (Samsung.com) - 고객 희망장소 방문 제품수거·수리서비스 등 (미국, 독일, 러시아, 터키, 태국 등)
	- 글로벌 사회 참여 독려 (Samsung Global Goals : UN 지속 가능발전목표 (UN SDGs) 실천애플리케이션)	- Samsung Global Goals 애플리케이션에 COVID-19 정보 추가, '20년 4월부터 UNDP(유엔개발계획) 제공하는 COVID-19 뉴스, 예방활동 등의 콘텐츠 확인 및 세계보건기구에 직접 기부 가능
지역사회	- 미래세대	- 전세계 온라인 교육 지원: 이탈리아, 파나마, 스페인, 브라질, 칠레, 러시아 등 - 형편 어려운 학생들의 교육기회 제공 관련 온라인 교육 참여위한 디지털 기기 제공 (스페인, 한국 : 3만여대 태블릿 제공)
의료지원	- 생활지원센터 지원 : 영덕연수원 (한국)	- 의료진·의료시설 부족 겪고있는 대구·경북 무증상 경증환자 생활치료센터용
	- 제품지원 : 의료진용 스마트기기와 의료용품 지원	- COVID-19 확산방지/원활한 진료·치료 지원 (영국 : 의료진용 스마트폰 2천대, 튀니지 : 환자용 병상 250개, 아르헨티나 : 초음파 기기 등)
지역사회 확산 방지	- 스마트공장 : 마스크공장 생산성 향상 지원	- 마스크 제조기업 보유 생산설비 활용, 단기간에 최대한 생산량 확대위한 제조공정 개선 및 기술 노하우 전수 - 글로벌네트워크 활용 핵심 원재료 수급 지원 및 직접 금형 제작 및 제공
집단지성 활용 착한기술 발굴	- 삼성전자 사내 집단지성 플랫폼 모자이크 : 전세계 임직원 토론회	- 약 10만 7천여명의 글로벌 임직원 참여 1,620여건 아이디어 제시 (2주간 진행) - 선별 아이디어는 제품·서비스로 구현 예정

출처: 삼성전자 지속가능경영보고서 2020, 연구자 재구성.

2020년 3월 11일 세계보건기구(World Health Organization, WHO)는 코로나바이러스감염증-19(COVID-19)에 대해 전 세계적으로 특정 전염병 질병이 최악의 수준으로 유행하는 상태를 일컫는 팬데믹을 선언하였다. 9월 17일 기준 COVID-19 확진자는 전 세계적으로 3천만 명을 넘었고 사회·경제적 영향이 어느 정도일지 가늠하기 어려우며 당분간 불확실성에 따른 위기 상황은 지속될 것으로 보인다.

삼성전자는 10월 15일 미국의 경제지인 포브스(Forbes)가 주요 글로벌 기업들을 대상으로 선정한 ‘세계 최고의 고용주(World’s Best Employers)’에서 1위를 차지하였다(Forbes 홈페이지). 2018년도는 76위, 2019년도의 106위에서 순위가 급상승하였으며 포브스 조사는 58개국의 다국적기업에 소속된 직원 16만 명을 대상으로 2020년 6월부터 7월까지 설문조사 방식으로 이루어지며 45개국에서 750개 기업이 선정되었다. 설문은 자신의 고용주를 친구나 가족에게 추천할지 여부, 동종업계 타 회사에 대한 평가, 소속 회사 관련 평가(이미지·경제적 영향·인재개발·성 형평성·사회적 책임) 등에 관한 질문과 함께 소속 회사의 COVID-19 대응에 대한 만족도가 포함되었다.

IV. 결론 및 토의

4.1 연구의 의의 및 시사점

한국은 해방 이후 빠르게 현대 자본주의 체제를 갖추며 놀라운 경제 성장을 보여주었다. 한편으로는 급변하는 글로벌 환경과 COVID-19 사태로 인한 어려운 경제 상황에 처해 있다.

삼성전자 CSR 활동에 대한 소비자 인식이 기업에 미치는 직접적인 영향력을 살펴보면 진정성은 기업 태도에 매우 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다(이미영 등, 2012). 이러한 결과는 진정성은 CSR 활동을 긍정적으로 인식하게 만드는 매개 역할을 하는 동시에 기업 태도의 향상에도 직접적인 영향력을 미치는 중요한 속성으로 인식되는바 기업의 중요한 이미지 전략을 수립하면서 신중하게 고려되어야 할 핵심 속성으로 판단된다.

반면 오랜 세월을 걸쳐 갈등과 사회적 물의를 야기한 이후에야 해결된 백혈병 문제에서 보듯이 기업이 술선해서 안전보건에 대하여 책임지는 자세가 사회적 책임 활동에 있어서 실질적으로 대단히 중요하다. 하지만 삼성전자의 그간의 자세는 비판받아 마땅하며 앞으로는 CSR 활동에 있어서 진정성을 의심받는 상황을 추가로 야기하지 않을 것이라는 가정하에 분석하고자 한다.

본 연구는 한국의 대표 기업인 삼성전자의 사회공헌활동과 실천적 관리에 의해 사

회적 책임 활동을 형성하는 과정을 단계별로 보여주고 있으며 글로벌 기업인 삼성전자의 사회적 책임 활동은 다음과 같은 차별적인 특징을 가지고 있다.

첫째, 이해관계자와 글로벌 트렌드에 입각하여 사회적 책임 활동의 진화(Progress) 관점에서 변화하는 사회적인 요구에 부응하면서 선도적으로 CSR 활동을 확대하고 있다. 특히 비즈니스 전략과 밀접하게 연계하여 프로그램을 설계하고 삼성 특유의 인재 경영과 더불어 지속적이고 창의적인 확장성을 보여주고 있다.

둘째, 전사적으로 CSR 활동을 혁신을 통한 가치 창출의 중요한 과정으로 이해하여 대응하고 있으며 동시에 사회적인 문제를 해결하기 위하여 임직원의 자발적인 기부 참여와 해외 봉사활동의 체계적이고 지속적인 수행 등 전략적인 활동을 적극적으로 추진하고 있다. 사회적 책임 활동을 혁신의 관점으로 포지셔닝한것은 사회공헌과 공유가치 창출이 연관되었다는 기본개념을 적용한 것으로 해석된다.

셋째, 한국의 선도적인 글로벌기업의 위상에 부합되게 글로벌 수준의 CSR과 해외에 진출한 현지의 특성을 반영한 로컬 CSR을 지속적이고 균형적으로 추진하고 있다. 또한 한국 내에서 사회단체와의 적극적인 협업을 통하여 CSR을 관리하는 역량을 강화하고 통합의 관점에서 글로벌 이슈에도 대응하며 현지의 고유한 요구사항도 고려하여 이해관계자별로 사회적 책임 이슈를 체계적으로 정의하고 발전시켜 나가고 있다.

마지막으로 사회적 책임 활동의 전략 및 추진사항을 진행하는데 그치지 않고 사회 단체와의 협업을 통한 관리 등을 포함하여 지속해서 모니터링을 통하여 체계화하고 있다. 특히 거버넌스 관점에서 국내 및 해외의 비즈니스 리더들과 긴밀한 협업을 통하여 프로그램별 역할과 책임·권한을 명확하게 부여하고 단계별 과정에 대하여 일관되고 체계적인 조직역량을 갖추어 상시적인 모니터링 체제 구축과 실시간 개선 활동을 진행하고 있다.

삼성전자의 CSR에 대한 사례 분석을 통하여 다음의 시사점을 요약할 수 있다. 먼저 삼성전자 CSR의 기준에서 제시된 바와 같이 4차 산업혁명 시대에 대비하여 미래 세대 교육에 주력하는 청소년 교육과 중소기업 육성 발전을 지원하는 상생협력의 2개 축으로 진행하며 청소년 교육을 통해서 사회 양극화 해소와 청년실업 문제 해결을 추진하고 중소기업 및 협력업체와의 상생협력에서는 동반 성장의 중요성을 인식하며 진행하고 있다. 한국 사회의 중요한 난제 해결에 삼성전자의 핵심역량과 자원을 활용하여 실질적인 성과가 창출되도록 전사적으로 방향성을 가지고 추진한다는 점이다.

또한 다국적기업은 사회적 책임 활동을 수행하면서 사회적 성과와 함께 지역사회 의 발전 및 변화를 추구하는 등 다양한 방식으로 진화하고 있음을 확인할 수 있으며 이는 사회적 책임 활동이 기업의 고유특성과 전략을 반영하면서 단계적으로 발전하는데 필수 불가결한 조건임을 말하고 있다. 한편 사회적 책임 활동의 사상이나 개념이 복합적인 형태로 확대 발전되는 측면이 강해 효과적인 관리가 필요하다는 것을 인지

할 수 있으며 이를 위해서는 이해관계자의 요구를 적극적으로 수용할 수 있는 채널의 증대가 필요하다.

삼성전자의 사회적 책임 활동에 대한 노력과 성과는 단기간에 형성된 것이 아니라 중장기적인 관점에서 의지를 갖고 지속적인 투자를 하였기에 가능하였으며 양호한 기업 지배구조를 가진 기업이 사회적 책임 활동 성과에 대해 긍정적인 영향을 미침을 보여주고 있다. 다수의 한국 기업들이 보다 혁신적인 관점에서 사회적 변화와 이해관계자의 시각을 인지하면서 장기적인 관점에서는 지속적인 투자라는 CSR 활동의 방향성을 정립한다면 사회적 책임 활동의 성과가 극대화 될 수 있을 것이다.

4.2 연구의 한계 및 향후 연구 방향

연구의 한계 및 향후 연구 방향은 다음과 같이 제시할 수 있다.

첫째, 향후 연구에서는 이해관계자들에 대한 인터뷰 자료를 추가하여 연구를 보완할 필요가 있다. 인터뷰 자료는 여러 문헌 및 자료들에 의해 확인하지 못한 새로운 사실을 발견하고 기존의 확인된 정보에 대한 오류 분석과 보완점 도출에도 도움이 될 것으로 예상된다.

둘째, 서론에서 제기한 글로벌과 로컬 관점의 CSR 주요 요소와 함께 지역별 CSR의 핵심 속성을 분석하고자 한다는 논제와 관련하여 이론적으로는 명시적 CSR과 암묵적 CSR이라는 미국과 유럽식의 차이까지를 분석하였으나 삼성전자 CSR 사례에서 구체적으로 확인하지 못한 내용으로 향후 연구에서 구체적인 성과를 기대한다.

셋째, 삼성전자의 사회적 책임 활동을 보다 정확하게 이해하기 위해서는 삼성의 전통적 조직 정체성에 대한 이해가 선행되고 삼성전자의 전략경영과 사회적 책임 활동과의 관계에 중점을 두고 시기별로 나누어서 체계적으로 분석할 필요가 있다. 삼성전자의 전략적 결정이나 실행으로 사회적 책임 활동이 어떤 영향을 받고 결과를 도출하였는지를 깊이 있게 분석한다면 삼성전자의 사회적 책임 활동에 대한 이해를 높일 수 있을 것이다.

참고문헌

- 곽관훈 (2017), 기업의 사회적 책임(CSR) 논의의 최근 동향, *경영법률*, 27(2): 205-233.
- 김성택 (2015), New CSR 개인과 기업의 사회적 책임. 도서 출판 청람.
- 명순영, 장훈, 김규동, 유규창 (2020), 최고경영자(CEO)의 기업가정신이 기업의 재무 성과와 사회적 성과에 미치는 영향, *조직과 인사관리 연구*, 44(3): 01-28.
- 명창식 (2015), 한국의 글로벌 기업 사회적 책임(CSR) 활동의 특성에 관한 연구, *상업교육연구*, 29(5): 229-252.
- 서창적, 이인태 (2012), 기업의 이윤 추구를 넘어 윤리경영 리더로의 도약: 신세계백화점의 윤리경영 사례를 중심으로, *서비스경영학회*, 13(4): 53-82.
- 안영도 (2011), 전략적 사회책임 경영. 필맥.
- 안젤라 강주현 (2015), 혁신 리더의 글로벌 경쟁력. 스타북스.
- 이미영, 최현철 (2012), CSR 활동의 진정성이 기업 태도에 미치는 영향에 관한 연구, *한국언론학보*, 56(1): 58-83.
- 이상민 (2016), 다국적기업의 사회적 책임 그 이상과 현실 : 옥시의 가슴기 살균제 사례, *동아시아재단 정책논쟁*, 52호, 서울: 동아시아재단.
- 이양복 (2015), 다국적 서비스 기업의 글로벌 CSR : BT CSR 전략을 중심으로, *한국 서비스경영학회*, 16(4): 19-32.
- 정택진, 정재익, 이은숙, 류길홍, 송준일 (2013), ISO26000, 사회적 책임, 글로벌 스탠더드로 실행하라. 한울.
- 추진환 (2015), 삼성 백혈병 원인 규명 논란의 방법론적 쟁점, *진보평론*, (66): 20-46.
- 최윤국 (2017), 라틴아메리카 기업의 전략적 CSR과 지속 가능 발전목표(SDGs)와의 연계성 고찰, *중남미연구*, 32(2): 187-211.
- 최진용, 이인태 (2019), 기업 평판이 고객 시민행동에 미치는 영향: 몰입의 매개효과를 중심으로, *서비스경영학회*, 20(3): 169-190.
- 외교통상부 연구용역 결과보고서 (2011), 기업의 사회적 책임(CSR)의 글로벌 트렌드와 지역별 동향 연구.
- 삼성전자 (2020), 지속가능경영보고서 2020.
- 한국무역협회 국제무역연구원 (2014), Trade Brief, No.31.
- 삼성전자 뉴스룸 홈페이지, <https://news.samsung.com/kr/>
- 삼성전자 반도체·LCD 산업보건 지원보상 홈페이지, <http://www.ohsec.or.kr/index.asp>

- 삼성전자 CSR 홈페이지, <http://csr.samsung.com/ko/main.do>
- 서울경제 (2020), <https://www.sedaily.com/NewsView/1Z5EZ6T7TW>
- 마틴 노이라이터 (2015), 롯데 소셜 임팩트 콘퍼런스.
https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2015/10/26/2015102602514.html
- 중소벤처기업부 중소기업24 홈페이지, <https://www.smes.go.kr/csr/user/info/define.do>
- 한국경제 (2018), <https://www.hankyung.com/economy/article/201811235959g>
- Forbes 홈페이지, <https://www.forbes.com/sites/kristinstoller/#5de877a76c27>
- KOSRI (2017), 2017 대한민국 CSR 국제 콘퍼런스 자료집.
- RepTrak 홈페이지, <https://www.reptrak.com/global-reptrak-100/>
- WHO 홈페이지, <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
- Bowen, H.R. (1953), Social responsibility of the businessman, New York, Harper.
- Caroll, A.B. (1979), A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance, *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Caroll, A.B. (1991), The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Dahlsrud, A. (2008), How Corporate Social Responsibility is Defined: An analysis of 37 Definitions, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13.
- Husted, B. & Allen D. (2006), Corporate social responsibility in the multinational enterprise: strategic and institutional approaches, *Journal of International Business Studies*, 37(6), 838-849.
- Jamali, Dima & Ben Neville (2011), Convergence Versus Divergence of CSR in Developing Countries: An Embedded Multi-Layered Institutional Lens, *Journal of Business Ethics*, 102(4), 599-621.
- Lee, M.D. (2011), Configuration of External Influences: The Combined efforts of institutions and stakeholders on corporate social responsibility strategies, *Journal of Business Ethics*, 120(2), 281-298.
- Matten, Dirk & Jeremy Moon (2008), Implicit and Explicit CSR: A conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility, *Academy of Management Review*, 33(2), 404-424.
- Porter, M.E. & M.R. Kramer (2006), Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate social Responsibility, *Harvard Business*

Review, 84(12), 78-82.

Poter, M.E. & M.R. Kramer (2011), Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism, *Harvard business review*, 89(1/2), 62-77.

* 저자소개 *

· 이 종 학 (jhlee0216@sogang.ac.kr)

현재 서강대학교 경영전문대학원 박사과정에 재학 중이다. 성균관대학교에서 학사, 서강대학교에서 경영학 석사학위를 취득 하였다. 주요 연구분야는 공급사슬관리, 재난 위기 관리, 기업의 사회적 책임활동 등이다.

· 김 민 균 (minkyunkim@sogong.ac.kr)

현재 서강대학교 경영대학 경영학과 교수로 재직 중이다. University of IL에서 경영학 학사, The state University of New York at Buffalo에서 경영학 석사 및 박사를 취득 하였다. 주요 연구 분야는 공급사슬관리, 공급사슬관리에서 정보기술의 활용, 공급사슬과 지속가능경영 등이다.