

# 경북행복 BRIEF

제14호 2017. 4. 1.

법 인 명 칭 (재)경북행복재단  
발행·편집인 (재)경북행복재단 편창범  
주 소 39393 경북 구미시 이계북로 7  
T E L 054-710-8814  
홈 페이지 www.ghf.or.kr  
연 구 책 임 정상기(경북행복재단 선임연구원)  
공 동 연 구 임태형(CSR Wide 대표)

## 기업의 사회공헌 실태 및 활성화 방안

### 1. 기업 사회공헌 실태분석의 필요성

#### 1) 지역 사회복지의 환경 변화

- 사회복지 욕구의 증가와 민간 복지자원의 관심 증대
  - 최근 우리나라의 경제발전과 함께 나타난 다양한 사회문제로 인해 사회복지에 대한 욕구가 더욱 더 증가됨
  - 지방자치의 발전과 함께 국민들의 복지 욕구 해소를 위해 민간의 복지자원에 대한 관심이 증가됨
- 정부에서는 나눔문화를 확산하기 위한 방안으로 기업의 사회공헌을 권장하고 있음
  - 보건복지부 : 『나눔활성화 및 지원에 관한 법률안』 국회 발의
  - 사회보장위원회 : 『제1차 사회보장 기본계획(2014-2018)』
    - '공공과 민간분야 협력 활성화' 분야 : 기업의 사회공헌 활성화를 통한 나눔 생태계 확대 구축(핵심 전략)

■ 기업의 사회공헌에 대한 관심 증대

- 민간영역에서의 나눔 활동은 정부의 역할을 보완하면서 점점 확대됨
  - 학계와 정부에서는 민간영역의 나눔문화 정착을 넘어 나눔을 활성화시키려고 노력함
- 나눔의 한 축인 사회공헌의 흐름도 새로운 패러다임으로 바뀌고 있음(조희재, 2011)

'필요'에 따른 선택	⇒	'필수' 경영 활동
'비용'으로 인식	⇒	'투자'로 인식

- 기업의 사회공헌 활동에 대한 관심은 꾸준히 증가하고 있음(오문석, 2008)
  - 기업은 자신의 이익을 사회에 환원하고 사회의 요구를 수용하려는 사회적 책임(CSR : Corporate Social Responsibility)을 점차 확대하고 있음
- 현대사회 부(富)의 재분배에 있어 정부와 시장의 한계에 대해 민간영역의 보완적 기능이 중요하게 부각됨(이봉주, 2013)

2) 기업의 사회공헌

■ 나눔

- 국가와 지역사회 전체의 공익을 추구하며 사회복지 향상을 위해 자발적으로 다양한 자원을 제공하는 것<sup>1)</sup>
  - 나눔에 대한 개념을 토대로 세분화하면 물적나눔(현금기부, 물품기부), 인적나눔(자원봉사 활동), 생명나눔(혈액, 장기 등)으로 구분됨(장영식 외, 2015 : 31-37).

표 1. 나눔의 구분

물적나눔		인적나눔	생명나눔	
현금기부	물품기부	자원봉사 활동	혈액, 장기	인체조직

■ 사회공헌

- 급부를 받지 아니하고 다른 사람이나 법인 또는 단체에게 자신의 금전이나 물품을 기부하거나 자원봉사 또는 사회봉사 등의 활동을 하는 것을 의미함

3) 연구 필요성 및 목적

■ 연구 필요성

- 민간 영역의 사회복지 자원 활용이 절실한 시점임
  - 지역주민의 복지욕구가 증가됨에 따라 이에 대응하기 위한 공공 자원은 이미 한계에 도달함
- 지역 기업의 사회공헌 활성화 방안을 모색할 필요가 있음
  - 경상북도 내 기업들이 밀집되어 있는 공단 지역의 기업 사회공헌 활동 실태를 파악하고 그에 따른 도내 기업의 사회공헌 활성화를 위한 방안이 필요함
  - 지역 내에서 하나의 나눔문화로 정착될 수 있도록 기업 사회공헌 활성화 전략을 모색할 필요가 있음

1) 신경희(2009), 박주연·이희길(2014), 조주희 외(2014), 장영식 외(2015) 등의 나눔과 관련된 선행연구에서 개념 정의를 토대로 정상기·임태형(2016)이 개념을 정의한 내용임.

## ■ 연구 목적

- 경상북도에서 기업들이 밀집되어 있는 구미지역의 중소기업을 대상으로 사회공헌 활동 실태를 분석함
- 지역의 사회공헌에 대한 실태 분석을 토대로 중소기업의 사회공헌 활성화를 위한 방안을 제시하고자 함

## 2. 기업 사회공헌 지원 현황

### 1) 전국 주요기업의 사회공헌 현황(전국경제인연합회)

#### ■ 주요기업의 사회공헌의 규모

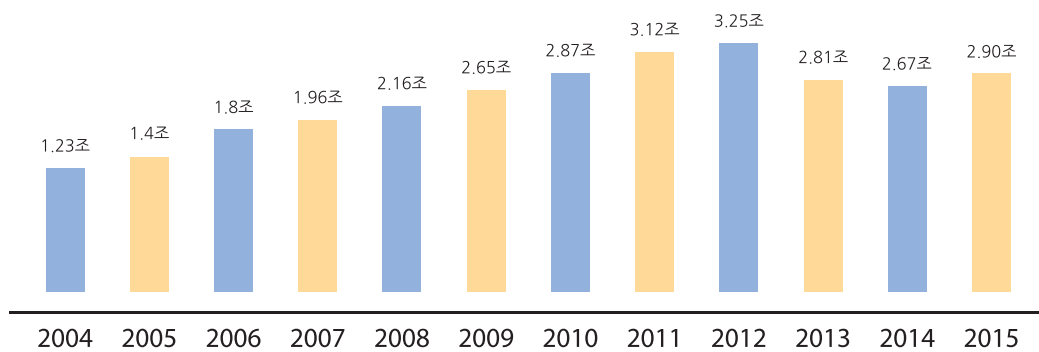
- 우리나라 255개 주요기업이 2015년 한 해 동안 지출한 사회공헌 규모는 총 2조 9천억 원으로 조사되었음(전국경제인연합회, 2016).

표 2. 주요기업 사회공헌의 규모(2015년)

구분	총 사회공헌 지출규모	1개 기업 지출규모 평균값
규모 (N=255)	2,902,050,730,000원 (2조 9,020억 원)	11,380,590,000원 (114억 원)

#### ■ 연도별 기업 사회공헌 지출규모

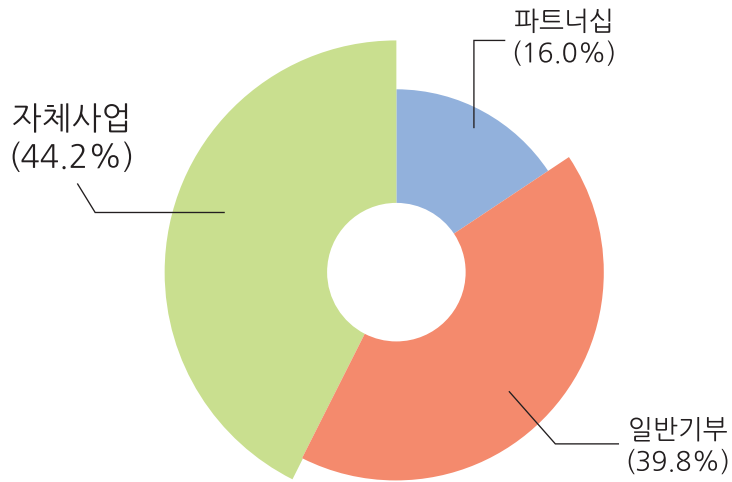
- 2004년부터 2012년까지는 매년 꾸준히 증가하였음
- 2013년, 2014년 2년간 연속해서 감소세를 보이다가 2015년부터 다시 상승하였음



[그림 1] 연도별 기업 사회공헌 지출규모(출처 : 전국경제인연합회)

#### ■ 사회공헌 운영방식별 지출현황

- 기업의 자체사업(44.2%), 일반기부(39.8%), 파트너십(16.0%) 순으로 나타났음
  - 자체사업 : 외부 공익법인을 거치지 않고 기업이 단독 운영하는 공익사업
  - 일반기부(간접 프로그램) : 외부의 기존프로그램에 대한 후원 · 협찬과 일반적 재해구호금과 같은 비지정성 기부금 등
  - 파트너십 : 외부와 협업을 통해 기업의 다양한 내부자원을 투입하여 진행하는 사업

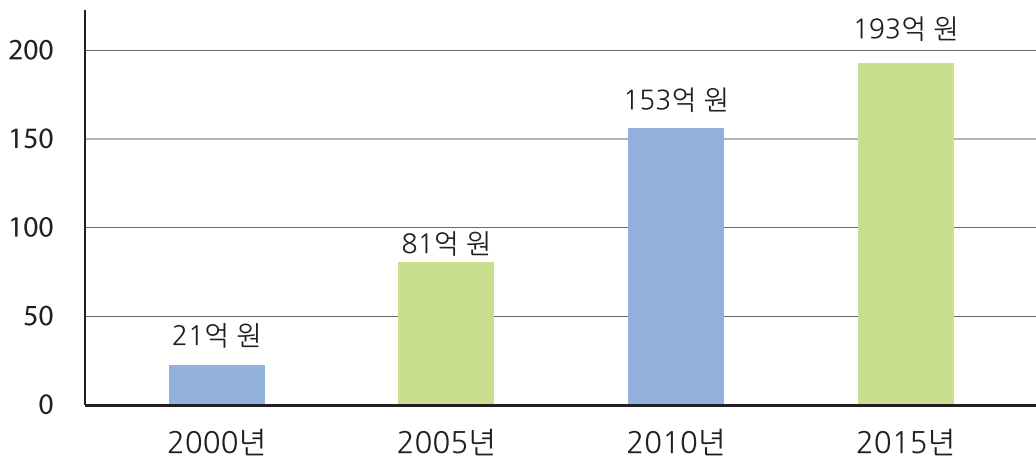


[그림 2] 사회공헌 운영방식별 지출현황

## 2) 경북 기업의 사회공헌 현황(경북사회복지공동모금회)

### ■ 경북사회복지공동모금회의 총 모금액

- 193억 원(2015. 1. 1 ~ 2015. 12. 31 기준)



[그림 3] 경북사회복지공동모금회 모금액 현황

### ■ 구미 기업의 월별 공동모금회 기부액 현황

- 2014년 모금액은 7.5억 원이었으며, 2015년 모금액은 9.1억 원으로 21.3%p 증가하였음

· 2014년과 2015년 월별 모금액을 볼 때 대체로 연말에 모금액이 증가되는 것으로 나타났음

표 3. 구미 기업의 월별 공동모금회 기부액 현황(2014-2015)

월	모금액(원)	월	모금액(원)
2014. 1	24,423,170	2015. 1	27,928,660
2014. 2	1,100,000	2015. 2	1,200,000
2014. 3	2,400,000	2015. 3	9,480,000
2014. 4	63,100,000	2015. 4	88,815,340
2014. 5	7,180,000	2015. 5	6,407,000
2014. 6	68,550,000	2015. 6	8,000,000
2014. 7	42,600,000	2015. 7	46,401,000
2014. 8	600,000	2015. 8	4,300,000
2014. 9	7,010,000	2015. 9	2,750,000
2014. 10	20,690,000	2015. 10	98,789,000
2014. 11	129,815,000	2015. 11	132,787,112
2014. 12	385,299,069	2015. 12	482,284,710
계	752,767,239	계	909,142,822

#### ■ 구미 기업의 유형별 기부액 현황

– 기부액(2015년 기준)은 현금(80.9%), 지정기부금(86.2%), 영리법인의 기부(93.5%)가 높은 것으로 나타났음

표 4. 구미 기업의 유형별 기부액 현황(2014-2015)

2014년			2015년		
유형	모금액(원)	비율(%)	유형	모금액(원)	비율(%)
현금	624,224,239	82.9%	현금	735,639,262	80.9%
현물	128,543,000	17.1%	현물	173,503,560	19.1%
지정	646,215,069	85.8%	지정	783,361,372	86.2%
일반	106,552,170	14.2%	일반	125,781,450	13.8%
영리법인	715,125,069	95.0%	영리법인	849,752,512	93.5%
비영리법인	37,642,170	5.0%	비영리법인	59,390,310	6.5%
계	752,767,239	100.0%	계	909,142,822	100.0%

### 3) 지방자치단체의 사회공헌 활동 지원

#### ■ 지방자치단체 사회공헌 관련 조례

– 사회공헌 관련 조례를 7개 영역으로 나누어 분석함

· 조례명, 제정일, 제정목적, 포상, 세부 유형, 예우와 지원, 유효기간

– 사회공헌 관련 조례는 5개 광역자치단체(부산, 경남, 강원, 경기, 제주), 2개 기초자치단체(원주, 구미)에 제정되어 있음

· 경남의 경우 조례는 제정되어 있으나, 관련 사업은 추진되지 않고 있음

표 5. 지방자치단체 사회공헌 관련 조례

구분	부산	경남	강원	경기	제주	원주(기초)	구미(기초)
조례명	부산광역시 사회공헌 진흥 및 지원 조례	경상남도 주민협력 및 사회공헌 진흥 조례	강원도 사회공헌 진흥 및 지원 조례	경기도 사회공헌 진흥 및 지원 조례	제주특별자치도 사회공헌 진흥 및 지원조례	원주시 사회공헌 진흥에 관한 조례	구미시 사회공헌 진흥에 관한 조례
제정일	2008. 12	2011. 10	2011. 12	2012. 1	2016. 6	2013. 6	2013. 12
제정 목적	지역발전과 시민복지 증진	지역발전과 도민의 복리증진	사회공헌 진흥 및 지원에 필요한 사항 규정	지역발전과 도민복지 증진	지역사회발전과 도민복지증진	사회공헌 진흥에 관하여 필요한 사항을 규정함	사회공헌 진흥에 관하여 필요한 사항을 규정함
포상	사회공헌장 수여	사회공헌장 수여	사회공헌장 수여	개인 포상, 기업 사회 공헌 인증	사회공헌장 수여	사회공헌장 수여	사회공헌장 수여
세부 유형	나눔(물적), 섬김(인적), 베품(인적+물적)	나눔(물적), 섬김(인적), 베품(인적+물적)	희망(물적), 사랑(인적), 행복(인적+물적)	없음	없음	3개 법인 또는 단체	개인, 법인, 단체 분기별 선정
예우와 지원	우수기업인 선정, 공영주차장 무료, 市행사 관람, 市주요행사 초청, 사회공헌 표식 부착 및 게시	우수기업인 선정, 道행사 관람권 지급, 道주요행사 초청, 사회공헌 표식 부착 및 게시	道행사 관람권 지급, 수상자 홍보, 사회공헌 표식 부착 및 게시	사회공헌 표식 부착 및 게시	우수기업인 선정, 道주요행사 초청, 사회공헌 표식 부착 및 게시	수상기업 홍보, 市주요행사 초청, 사회공헌 표식 부착 및 게시	수상자 홍보, 市주요행사 초청, 사회공헌 표식 부착 및 게시
기간	3년	3년	3년	없음	3년	3년	3년

#### ■ 구미시의 사회공헌 진흥 조례 추진 실태

- 구미시의회는 산업단지를 중심으로 형성된 도시의 특성을 감안하여 기초자치단체 중 강원도 원주시에 이어 전국 두 번째로 『구미시 사회공헌 진흥에 관한 조례』를 2013년 제정하였음
- 그러나 구미시에서도 경남과 마찬가지로 아직 사회공헌 진흥 조례에 대해 아무런 사업도 추진되고 있지 않음

### 3. 기업의 사회공헌 실태

#### 1) 조사설계 및 일반적 특성

##### ■ 설문 조사

- 기업 사회공헌 조사 설문지는 2016년 9월 6일 150부를 우편 발송하였으며, 10월 7일까지 95부(회수율 : 63.3%)를 회수하였음
- 회수된 95부의 설문지 중 응답상태의 신뢰성이 낮다고 판단되는 설문지 8부를 제외한 총 87부를 분석하였음

##### ■ 조사 대상

- 구미지역의 기업을 대상으로 사회공헌 활동 실태 조사
  - 경상북도의 23개 시·군 중 산업단지가 대규모로 형성되어 있고, 주거지역과의 접근성 등이 좋은 구미를 기업 사회공헌 실태조사의 대상으로 선정하였음
- 중소기업 대상으로 지역의 사회공헌 활동 실태 조사
  - 대기업의 경우 본사(서울)에서 전국 단위로 사회공헌 사업을 추진하며, 기업재단(혹은 사회공헌 전담팀)을 통해 자체적으로 사회공헌 활동을 수행하고 있음
  - ⇒ 대기업은 지역 단위 사회공헌 활동 조사대상으로 적합하지 않다고 판단됨
- 다양한 논의과정을 거쳐 최종 150개 중소기업 선정<sup>2)</sup>

##### ■ 설문 구성

- 설문지는 6개 영역, 총 66개 문항으로 개발되었으며, 개방형 문항 9개, 폐쇄형 문항 57개로 구성되었음
- 사회공헌 활동 체계와 방법, 사회공헌 활동 협력기관, 사회공헌 활동에 대한 기업의 지원, 사회공헌 활동에 대한 인식, 사회공헌 활동 경험이 없는 기업, 기업의 일반적 특성

##### ■ 일반적 특성

- 업종은 제조업(75.9%)이 가장 많았고, 종사자의 수는 50~100명 정도(44.8%)와 100~150명 정도(21.8%)가 많았음
- 매출액은 100억 미만(36.8%)과 100~300억 미만(27.6%)이 많은 것으로 나타났음

※ 본 브리프는 “정상기·임태형. (2016). 중소기업의 사회공헌 실태 및 활성화 방안 연구: 구미지역을 중심으로”  
경북행복재단 정책연구보고서의 설문내용 중 일부를 분석하여 제시하였음

2) 구미시중소기업협의회, 구미상공회의소, 구미시종합자원봉사센터, 구미시 이달의 기업을 검토하여 선정하였음.

표 6. 일반적 특성

구분	항 목	기업수(N=87)	비 율
업종	제조업	66개	75.9%
	유통업	5개	5.7%
	금융 및 보험업	8개	9.2%
	운수업	4개	4.6%
	각종 서비스업	4개	4.6%
종사자 규모	50명 미만	15개	17.2%
	50~100명 정도	39개	44.8%
	100~150명 정도	19개	21.8%
	150명 이상	14개	16.1%
매출액 (억원)	100억 미만	32개	36.8%
	100~300억 미만	24개	27.6%
	300~500억 미만	17개	19.5%
	500~700억 미만	11개	12.6%
	700억 이상	3개	3.4%

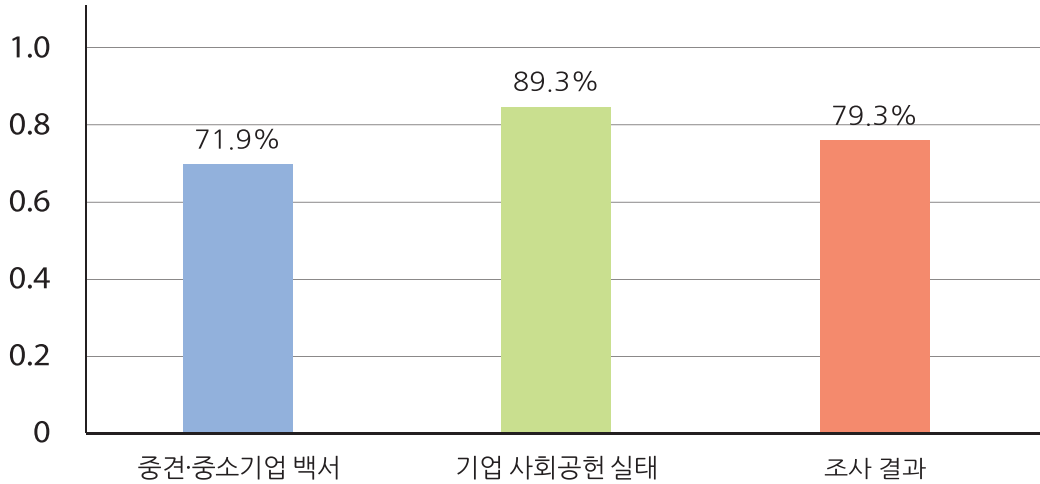
#### 〈 비교분석 대상 연구 〉

- ① **주요기업 백서** : 『2015 주요 기업 · 기업재단 사회공헌 백서(전국경제인연합회)』  
· 조사대상 : 600개 기업(매출액 상위 500대 기업 및 전국경제인연합회 회원사 등)
- ② **중견 · 중소기업 백서** : 『2015 중견 · 중소기업 사회공헌 백서(한국사회복지협의회)』  
· 조사대상 : 중견 · 중소기업 544개 기업(매출액 상위 중견기업과 중소기업)
- ③ **기업 사회공헌 실태** : 『2014 기업 사회공헌 실태조사 보고서(아름다운재단)』  
· 조사대상 : 400개 기업(국내 기업 중 매출액 기준 2,000위 이내 기업)

## 2) 사회공헌 활동 현황

### ■ 사회공헌 활동 경험

- 구미 중소기업의 사회공헌 활동 경험은 중견·중소기업 백서 결과보다 높고, 기업 사회공헌 실태조사 결과보다는 낮은 것으로 나타났음



[그림 4] 사회공헌 활동 경험

## 3) 사회공헌 활동 현황

### ■ 사회공헌 활동 경험

- 구미 중소기업의 사회공헌 활동 경험은 중견·중소기업 백서 결과보다 높고, 기업 사회공헌 실태조사 결과보다는 낮은 것으로 나타났음

### ■ 사회공헌 활동을 하지 않는 이유

- 중견·중소기업 백서 결과에서는 예산 부족(61.0%)으로, 기업 사회공헌 실태조사 결과에서는 경영진의 관심 부족(51.2%)으로 사회공헌 활동을 하지 않는 것으로 나타났음
- 구미 중소기업들은 수치상으로 볼 때 경제적인 상황이 좋지 않아(66.7%) 사회공헌 활동을 하지 않는 것으로 나타났음

표 7. 사회공헌 활동을 하지 않는 이유

중견·중소기업 백서	기업 사회공헌 실태	조사결과
예산 부족(61.0%)	경영진의 관심 부족(51.2%)	경제적인 여건(66.7%)
경영진(임원)의 판단(40.7%)	경제적 여유 부족(46.5%)	경영진의 판단(16.7%)
사내 공감대 및 협조 부족(39.0%)	사회공헌 방법 부재(32.6%)	기 타

### ■ 사회공헌 목적

- 기업들은 이미지 개선 및 홍보, 사회적 책임 이행을 위해 사회공헌 활동을 수행하는 것으로 나타났음

표 8. 사회공헌 활동의 목적

중견·중소기업 백서	기업 사회공헌 실태	조사결과
기업의 사회적 책임 이행 (92.7%)	기업의 사회적 책임 이행 (84.6%)	기업이미지 개선 및 홍보 (① 22개, ② 22개) <sup>3)</sup>
기업이미지 제고 (66.9%)	소외계층을 돕기 위해 (50.7%)	기업의 사회적 책임 이행 (① 28개, ② 11개)
기업 대표자의 의지 (57.6%)	기업에 대한 사회적 인식개선 (36.1%)	기업 대표자의 의지 (① 14개, ② 14개)

### ■ 사회공헌 활동의 수행방식

- 모든 조사결과 기업의 사회공헌 활동은 주로 현금기부 방식이 가장 많은 것으로 나타났음
- 중소기업 대상 조사결과 현물기부가 상대적으로 높았으나, 일반기업의 경우 자원봉사 활동이 상대적으로 높게 나타났음

표 9. 사회공헌 수행방식

중견·중소기업 백서	기업 사회공헌 실태	조사결과
현금기부(78.1%)	현금기부(87.4%)	현금기부(84.1%)
현물기부(57.6%)	자원봉사 활동(79.6%)	현물기부(36.2%)
자원봉사 활동(43.0%)	현물기부(68.6%)	자원봉사 지원(30.4%)

### ■ 사회공헌 주요영역

- 모든 조사결과 취약계층을 대상으로 한 사회복지 분야가 가장 많았으며, 장학·학술지원도 높은 것으로 나타났음
- 구미 중소기업의 경우 지역적 환경을 반영하여 농촌 지원도 일부 나타났음

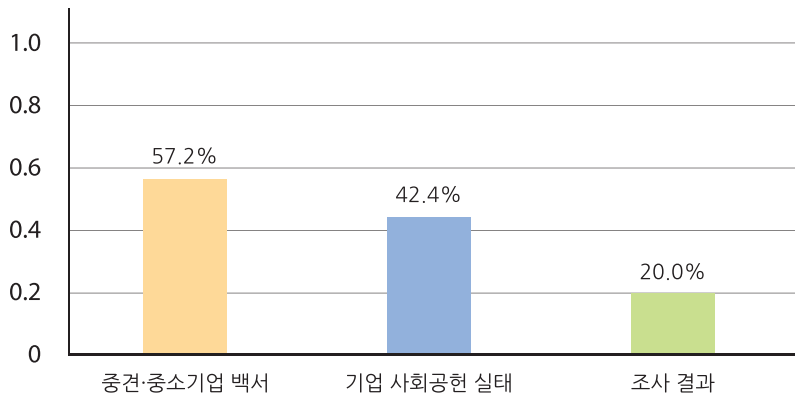
표 10. 사회공헌 활동의 주요영역

주요 기업 백서	중견·중소기업 백서 (중복응답)	기업 사회공헌 실태	조사결과
취약계층 지원 (33.5%)	사회복지 분야 (88.7%)	사회복지 (33.7%)	사회복지 (56.5%)
교육, 학교, 학술 (17.5%)	학술, 장학 (18.5%)	지역사회 (25.8%)	학술, 장학 (17.4%)
문화예술 및 체육 (16.4%)	환경보호 (17.9%)	교육장학 (17.7%)	농촌 지원 (8.7%)

3) ① 22개, ② 22개 : 1순위로 응답한 기업이 22개, 2순위로 응답한 기업이 22개를 의미하며, 이하 모두 이와 같은 표기를 사용함.

### ■ 자원봉사 활동

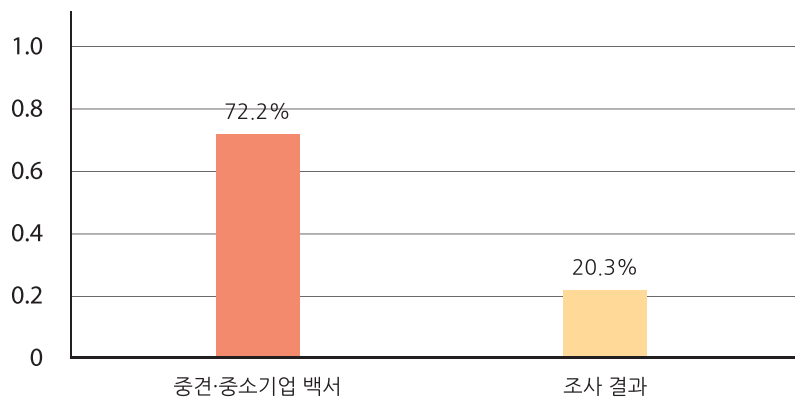
- 구미 중소기업의 자원봉사 활동(20.0%)은 주요기업 백서 결과(57.2%)와 기업 사회공헌 실태조사 결과(42.4%)보다 상대적으로 낮게 나타났음
- 구미 중소기업의 자원봉사 활동은 수치상으로 볼 때 다른 조사결과와 절반에도 미치지 못하는 것으로 나타났음



[그림 5] 기업의 자원봉사 활동

### ■ 사회공헌 파트너십

- 중견·중소기업 백서 결과 유관 단체와의 파트너십을 통한 사회공헌 활동(72.2%)은 높게 나타난 반면 구미 중소기업들은 파트너기관과의 협력관계를 통한 사회공헌 활동(20.3%)이 상대적으로 낮게 나타났음



[그림 6] 기업의 파트너십 활동 현황

### ■ 기업의 지원

- 조사결과 다수의 중소기업들은 근무시간에 사회공헌 활동에 대해 허용하고, 사회공헌 활동에 대한 비용을 지원하는 것으로 나타났음
- 구미 중소기업의 지원은 수치상으로 볼 때 중견·중소기업 백서 조사결과와 절반 정도 수준으로 나타났음
  - 중견·중소기업 백서 조사결과 '봉사시간 근무인정', '봉사활동 경비 지원'이 응답기업의 60%이상 기업에서 지원하는 것으로 나타났음
  - 구미 중소기업 조사결과 '근무시간 사회공헌 활동 허용(36.2%)', '사회공헌 활동비 지원(26.1%)'을 기업에서 지원하는 것으로 나타났음

표 11. 사회공헌 활동에 대한 기업의 지원

중견·중소기업 백서	조사결과
봉사시간 근무 인정(68.9%)	근무시간 사회공헌 활동 허용(36.2%)
봉사활동 경비 지원(63.5%)	사회공헌 활동비 지원(26.1%)
우수봉사자 포상 및 인센티브(14.9%)	우수 사회공헌 활동 표창(20.3%)

#### 4) 사회공헌 활동에 대한 인식

##### ■ 내부 저해요인

- 구미 중소기업 조사결과 사회공헌 활동의 기업내 저해요인 중 '경제적 여건'이 가장 큰 요인으로 나타났으며, '정보 부족'과 '임직원들의 관심 부족'도 주요 요인으로 나타났음
- 다른 조사결과에서도 '예산 부족'과 '임직원의 관심 부족 및 공감대 부족'이 주요 요인으로 나타나 본 조사결과와 유사한 모습을 보였음
- 그러나 사회공헌에 대한 정보 부족은 본 조사결과 높게 나타났으나, 다른 조사결과에서는 비중이 크지 않았음  
· 다만 기업 사회공헌 실태 조사결과에서만 '사회공헌 정보 부족(17.6%)'이 주요 요인으로 나타났음

표 12. 사회공헌 활동 내부 저해요인

주요 기업 백서	중견·중소기업 백서	기업 사회공헌 실태	조사결과
자체사업 예산 부족 (22.1%)	인력 및 예산 부족 (70.9%)	인력 및 전문성 부족 (23.5%)	경제적 여건 (① 44개)
임직원 관심 부족 (21.4%)	기업내 공감대 부족 (64.2%)	예산 부족 (21.0%)	사회공헌 정보 부족 (① 8개, ② 21개)
단기성과 위주 평가 (17.5%)	전문성 부족 (42.4%)	사회공헌 정보 부족 (17.6%)	임직원 관심 부족 (① 8개, ② 15개)

##### ■ 외부 저해요인

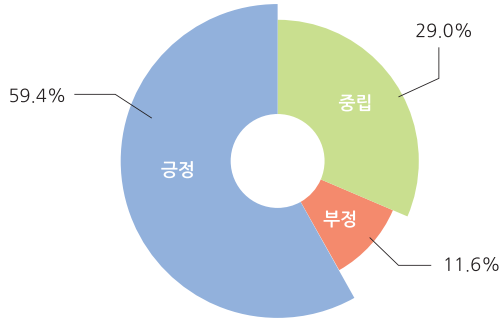
- 구미 중소기업 조사결과 사회공헌 활동의 외부적 저해요인 중 '사회적 무관심'이 가장 큰 요인으로 나타났으며, '정보 부족'과 '외부의 선심성 지원 요구'도 주요 요인으로 나타났음
- 본 조사결과 내부 저해요인과 마찬가지로 다른 조사결과에서 나타나지 않았던 '사회공헌 정보 부족'이 주요 요인으로 나타났음

표 13. 사회공헌 활동 외부 저해요인

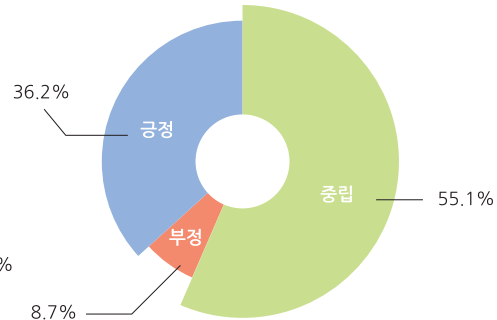
주요 기업 백서	기업 사회공헌 실태	조사결과
외부 선심성 지원 요구 (40.3%)	사회공헌 제도 미흡 (29.4%)	사회적 무관심 (① 29개, ② 14개)
사회적 무관심 (14.7%)	자치단체의 관심 부족 (26.9%)	사회공헌 정보 부족 (① 19개, ② 17개)
기업에 대한 왜곡된 시선 (13.9%)	비영리조직의 역량 부족 (16.2%)	외부 선심성 지원 요구 (① 17개, ② 21개)

■ 사회공헌에 대한 인식

- 기업의 사회공헌에 대해 중요하다다는 인식이 5배 이상 많았음(긍정 59.4% : 부정 11.6%)
- 사회공헌을 통해 기업에 도움이 된다는 응답이 다소 많았음(긍정 36.2% : 부정 8.7%)



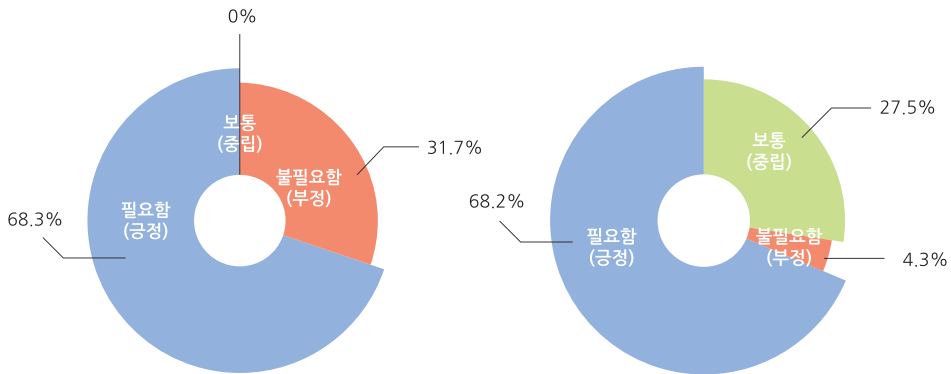
[그림 7] 사회공헌의 중요성



[그림 8] 사회공헌으로 인한 기업의 도움

■ 정책적 지원필요

- 구미 중소기업 조사결과 사회공헌에 대한 정책적 지원의 필요성(긍정 68.2% : 부정 4.3%)이 높은 것으로 나타났으며, 중견·중소기업 백서 조사결과(긍정 68.3% : 부정 31.7%)보다도 필요성이 높게 나타났음



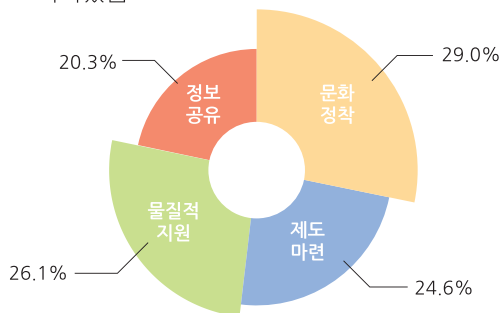
〈중견·중소기업 백서〉

〈조사결과〉

[그림 9] 정책적 지원의 필요성

■ 정책적 지원방식

- 구미 중소기업 조사결과 문화 정착 지원(29.0%), 물질적 지원(26.1%), 제도 마련(24.6%), 정보 공유(20.3%) 순으로 나타났음



- 제도 마련      우수기업 표창, 사회공헌 지원제도 등
- 물질적 지원    기업 세제혜택, 인센티브 지원 등
- 정보 공유      사회공헌 정보제공, 투명한 관리 등
- 문화 정착      우수사례 홍보, 인식 개선 노력 등

[그림 10] 정책적 지원방식

## 4. 기업의 사회공헌 활성화 방안

### 1) 기업의 사회공헌 활동에 대한 지원 확대

- 기업의 사회공헌을 활성화하기 위해 가장 시급하게 필요한 것이 자치법규(조례)의 마련임
  - 기업의 사회공헌 활성화를 위해서는 제도적 뒷받침이 최우선되어야 함
  - 이를 기반으로 지역의 사회공헌 분위기와 나눔 문화가 조성될 것임
- 경상북도와 경상북도의회는 광역자치단체 차원에서 기업의 사회공헌 활성화를 위한 법적 기반이 될 수 있는 조례를 제정할 필요가 있음
  - 『경상북도 사회공헌 진흥 및 지원 조례(안)』<sup>4)</sup>
  - 부산광역시와 강원도의 ‘사회공헌장’ 운영사업에 대해 벤치마킹 필요
- 구미시에서는 2013년 제정된 『구미시 사회공헌 진흥에 관한 조례』를 기반으로 사회공헌을 활성화하기 위한 추진 근거로 활용해야 함
  - 행정기관(구미시 주민복지과) 담당자의 명확한 업무 분장을 통해 조례를 근거로 사업을 추진해야 함
  - 구미시는 구미시의회에서 제정된 조례에 근거한 사업이 지금까지 추진되지 않았던 이유를 명확히 밝혀내고, 추후 이러한 문제가 발생하지 않도록 대책을 마련해야 함
- 기업의 사회공헌 활성화를 위한 인센티브 제공 검토
  - 사회공헌 활동에 대한 인센티브 제공은 상반되는 견해(긍정과 부정)가 존재함
  - 나눔문화 조성이 미흡한 경상북도나 구미시에서는 사회공헌 분위기를 조성하기 위해 인센티브 제공이 필요함
  - 지역 소식지 홍보, 지역의 행사 초청 및 무료 관람, 해외 무역사절단 우선 참가 지원, 지역의 관리시설 무료이용, 세무조사 3년 유예, 공영주차장 무료이용 등

### 2) 기업 사회공헌 정보공유의 장(場) 마련

- 지역 단위의 사회공헌 활동에 대한 정보를 공유하기 위한 세미나, 포럼, 토론회 등의 자리를 마련할 필요가 있음
  - 기업의 사회공헌 활동에 관심 있는 사람들이 모여 논의하고 소통할 수 있는 공간이 필요함
  - 서울특별시 : 사회공헌 소통세미나 및 비정상회담
  - 부산광역시 : 사회공헌정보센터의 활동 사례

4) 참고로 조례안 내용은 ‘정상기·임태형(2016). 정책연구보고서’의 부록에 상세하게 제시하였음.

- 파트너십기관과의 협력 강화를 통한 체계적인 사회공헌 정보를 공유할 필요가 있음
  - 기업과 대상처, 그리고 파트너십기관과의 소통 공간이 필요함
  - 본 조사결과에서도 '사회공헌에 대한 정보 부족', '체계적인 정보 미흡'은 사회공헌 활동 저해요인으로 분석되었음
- 기업 입장에서 사회공헌 관련 정보 공유를 통해 다양한 사회공헌 활동방식을 모색할 수 있음
  - 민간단체나 비영리기관, 사회복지법인 및 시설, 기업 등이 함께 참여할 수 있는 정보공유의 장이 필요함
    - 구미시 : '행복나눔박람회'에도 중소기업 참여 기회를 확대할 필요가 있음
    - 부산광역시 : '사회공헌 포럼', '부산복지기업넷'에 대해 벤치마킹 필요

### 3) 지역 기반의 사회공헌 활성화 조직 강화

- 경상북도의 기업 사회공헌 활동지원 조직
  - 경상북도의 경우 기존에 설립된 '경상북도 사회공헌정보센터'를 중심으로 지역내 사회공헌 네트워크 체계를 강화해야 함
  - 다른 지역의 우수한 사례를 벤치마킹해야 함
    - 부산광역시 사회공헌정보센터, 강원도 사회공헌정보센터
- 구미시의 기업 사회공헌 활동지원 조직
  - 구미시의 기업 사회공헌과 관계가 있는 다양한 기관들 간의 논의와 협의가 필요함
    - 구미시, 구미시중소기업협의회, 구미시종합자원봉사센터, 구미시사회복지협의회 등
  - 행정기관에서 주도적으로 조직을 이끌 경우 구미 기업들이 반감을 가질 수 있음
    - 본 조사결과 사회공헌의 외부 저해요인으로 '선심성 지원 요구'가 나타났음
  - 구미시의 재정 상황을 고려해 새로운 조직 신설보다는 기존의 관련 기관내 전담팀을 구성하는 것도 검토할 필요가 있음
    - 구미시가 조직의 기반 조성에만 지원하고 사업 추진 및 운영에는 자율성을 보장해야 함
- 사회공헌 활성화 조직의 주요사업
  - 기업 사회공헌 관련 워크숍 및 간담회
  - 지역의 사회공헌인재 양성을 위한 교육
  - 사회공헌 정보공유 창고 역할
  - 사회공헌 욕구 및 만족도 조사 실시
  - 사회공헌장 사업 지원
  - 웹사이트를 활용한 다양한 사회공헌 정보 제공 등

## 참고문헌

- 경북사회복지공동모금회. (2016). 모금내역 관련 내부자료.
- 박주연 · 이희길. (2013). 「국내 나눔실태 2013」. 통계청.
- 부산광역시 내부자료. (2016). 「부산광역시 사회공헌장 사업 추진 계획」.
- 신경희. (2009). 「나눔문화 확산을 위한 서울시 실천전략」. 서울시정개발연구원.
- 아름다운재단. (2015). 「2014 기업사회공헌 실태조사 보고서」.
- 오문석. (2008). 「기업의 사회적 책임, 레벨업이 필요하다」. LGERI.
- 이봉주. (2013). 나눔문화의 미래와 복지사회. 「아산사회복지재단 주최 심포지엄 한국의 나눔문화와 복지사회 자료집」: 149~172.
- 장영식 외. (2015). 「나눔실태 2014」. 보건복지부, 한국보건사회연구원.
- 전국경제인연합회. (2016). 「2016년 주요 기업 · 기업재단 사회공헌백서」.
- 정상기 · 임태형. (2016). 중소기업의 사회공헌 실태 및 활성화 방안 연구: 구미지역을 중심으로. 경북행복재단.
- 조주희 외. (2014). 「2014 민간나눔자원 총량 추계 연구」. 사회복지공동모금회.
- 조희재. (2011). 기업 사회공헌의 본질: SPIRIT. 「CEO Information(제809호)」. 삼성경제연구소.
- 한국사회복지협의회. (2015). 「2015 중견 · 중소기업 사회공헌백서」.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, 34, 39 – 48.
- Friedman, L. J and McGarvie, M. D. (2002). Charity, Philanthropy, and Civility in American History. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Giving USA (2016). Giving USA 2015.
- Porter, M. E., Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. Harvard business review, 89(1/2), 62–77.
- Sprinkle, G. and Maines, L. (2010) The Benefits and Costs of Corporate Social Responsibility, Business Horizons, 53, pp. 445–453
- ※ 본 브리프는 경북행복재단(2016)에서 연구된 '중소기업의 사회공헌 실태 및 활성화 방안 연구: 구미지역을 중심으로' 보고서 일부를 발췌해 재구성한 것입니다.

편집위원 류승완, 김동화, 정상기

「경북행복 BRIEF」는 경북행복재단의 보건 · 복지 연구성과 및 주요 동향을 경상북도민에게 발 빠르게 전달하기 위해 격월로 발행되는 정기간행물입니다. 도민 여러분의 많은 관심과 뜨거운 성원 부탁드립니다.