

(17)

기업의 사회공헌 활동과 시민단체

박영숙 본래간 이소량

전국경제인연합회가 발표한 <2001년 기업·기업재단 사회공헌실태>에 따르면 우리나라 1P34 기업이 2000년도 사회공헌을 위한 총지출액은 7,060억 6천만 원으로 기업당 평균 금액은 36억 5천 8백 만 원이다. 이 금액이 총지출액에서 차지하는 비중은 0.37% (평균이익의 6.3%)이다.

기업지출액의 분포는 교육분야에 70.8%, 지역(사회)발전에 7.2%, 사회복지에 5.7%이고 그리고 장학, 학술분야 5.0%이며 기부채납으로 보면 후원공익법인에게 63.3%, 국·공립 지방자치단체에게 9.2%, 지방기업 4.1%, 시민단체 (NGO)에게 2.1%로 되어 있다.

개인의 재산을 자선에게 기부하는 것은 사회적으로 장려되는 행위이지만 사회적으로 권장 정책의 대안으로 인정도 부정하고 명예로운 기부문화의 제제로 뿌리내릴 수 없고 있는 한계를 가진다. 기업의 사회적 사회공헌 활동의 규모는 괄목할만 하다.

우리나라의 기업의 사회공헌활동은 IPO로 이루어져 점차 확대해 기업 재단이 문화재단, 사회복지, 학술연구진흥 등이 분야에 적용한 총지출액은 1P5로 4,115억 원에서 1P9로 1조 7,000억 원으로 늘었다. 그러나 기업당 평균 이익의 1% 이상을 사회공헌에 사용하는 <1% 클럽>은 운영되고 있는데 현대, LG, SK, 포항 등 11P가 기업에 단체들이 가입하고 있다.

기업의 기업인 사회공헌 행위가 중의대 기업활동에서 벗어나 돈은 사회에 돌려주는 것이 관례화 되어있는 외국에 비해 보면 1인당 국민소득이 1만 달러를 넘어섰음에도 불구하고 우리나라의 기업의 사회공헌활동이 보편화 될 것으로 예상할 수 있다.

그럼에도 불구하고 앞으로 향상시키기 위해 공동활동을 전개하고 있는 20000여개의 시민단체의 노력은 기업의 사회공헌활동의 내역과 기부채납에 대한 재검토를 이끈 것으로 볼 수 있다.

성숙한 시민사회를 지향하고 있는 사회의 다양한 시민단체들의 적극적인 활동으로 시민단체의 참여가 중요해져 현대는 기업의 사회공헌 사업의 동반자로서 여러모로 우리나라 뿐만 아니라 사회공헌의 의의가 있다. 세계 경제강대국에서 11위를 차지하고 있는 우리나라의 시민사회도 그에 걸맞는 역할을 연세 높여 나갈 것으로 기대된다. 앞으로 시민사회를 통해 내재하고 있는 잠재력이 발휘될 것이다.